

AUDREY DOYEN

MUSÉES ET MARCHÉS

Ethnographie d'une relation à valeur ajoutée

ETHNOGRAPHIES


ÉDITIONS
ALPHIL
PRESSES
UNIVERSITAIRES
SUISSES

MUSÉES ET MARCHÉS
ETHNOGRAPHIE D'UNE RELATION
À VALEUR AJOUTÉE

AUDREY DOYEN

MUSÉES ET MARCHÉS
ETHNOGRAPHIE D'UNE RELATION
À VALEUR AJOUTÉE

ÉDITIONS ALPHIL-PRESSES UNIVERSITAIRES SUISSES

© Éditions Alphil-Presses universitaires suisses, 2023

Rue du Tertre 10

2000 Neuchâtel

Suisse

www.alphil.ch

Alphil Diffusion

commande@alphil.ch

DOI: 10.33055/ALPHIL.03213

ISBN papier: 978-2-88930-517-9

ISBN PDF: 978-2-88930-518-6

ISBN Epub: 978-2-88930-519-3

Les Éditions Alphil bénéficient d'un soutien structurel de l'Office fédéral de la culture pour les années 2021-2024.

Publié avec le soutien du Fonds national suisse de la recherche scientifique.

Illustration de couverture : Dall·E 2.

Ce livre est sous licence :



Ce texte est sous licence Creative Commons: elle vous oblige, si vous utilisez cet écrit, à en citer l'auteur, la source et l'éditeur original, sans modifications du texte ou de l'extrait et sans utilisation commerciale.

Responsable d'édition: Jonathan Wenger

Remerciements

Cette publication ayant été une aventure en soi, il convient de réitérer ici quelques remerciements, dont la teneur s'apparentera fort à l'exercice déjà mené lors du dépôt de ma thèse, en 2018.

Cet ouvrage ne serait évidemment rien sans la thèse qui l'a précédé et qui doit non seulement sa réalisation, mais aussi sa réussite en grande partie à l'encadrement, au suivi et aux redirections de mes directeurs de recherche, Christian Ghasarian et François Mairesse, ce dernier me faisant l'honneur d'une préface. Je remercie aussi sincèrement les membres de mon jury – Karen Brown, Octave Debary et Pierre de Maret – qui, dans la plus pure tradition universitaire suisse, m'ont accordé le privilège de leurs relectures et conseils avant ma soutenance.

La transformation de cette thèse en livre a entraîné quelques sueurs: je remercie les éditions Alphil, notamment au travers d'Alain Cortat et d'Anne-Caroline Le Coultre, d'avoir attendu patiemment mes retours sans jamais douter qu'ils viendraient un jour. Je tiens à octroyer une mention spéciale aux *motivational speeches* d'Hervé Munz, sans qui ce manuscrit ne serait encore qu'un .doc. Finalement, un travail de fourmi a été fait par toute l'équipe d'Alphil et particulièrement par Jonathan Wenger qui m'a accompagnée avec une bienveillance sans limite dans les derniers mètres de ce marathon.

De nombreuses institutions ont participé de près ou de loin, par l'entremise d'un grand nombre de leurs collaborateurs, à l'aboutissement de cette recherche. Qu'il me soit ici permis de leur exprimer une gratitude sans borne et une dette que j'espère en partie réglée par le soin, l'application et le respect avec lequel j'ai traité et analysé les informations qu'ils m'ont

données, pris note de leurs conseils, écouté leurs histoires. Vous citer tous ici sera fastidieux, mais mérité et j'aimerais remercier les personnes que j'ai pu côtoyer dans ces institutions tout au long de mon travail.

À l'Institut d'ethnologie de Neuchâtel, nid où ont éclos mes ambitions, Ellen Hertz a non seulement cru dans mes compétences à entamer un projet de recherche, mais a aussi assuré la transformation de mon propos scientifique en un ouvrage cohérent, pointu et néanmoins accessible au plus grand nombre ; les assistants ont partagé mes peines de jeune professeure et les étudiants ont eu l'élégance de ne pas les remarquer. Qu'Andrea Jacot-Descombes sache ici qu'il a été un incroyable appui et un modèle tant scientifique qu'humain, me rappelant que l'excellence n'est pas dans la performance et que s'il existe une jungle scientifique autour de nous, il n'appartient qu'à nous d'en faire un jardin serein.

Le Musée d'ethnographie de Neuchâtel est un habitué des remerciements de mes travaux, cela grâce à son conservateur durant mes années de recherche, Marc-Olivier Gonseth. Chacun des collaborateurs du MEN a participé à sa façon à ce travail et je les en remercie sincèrement.

Pour leurs portes toujours ouvertes, leurs conseils avisés et leur temps précieux consacré à mes questions (parfois réellement !) naïves, ma reconnaissance va au personnel du musée du quai Branly – Jacques Chirac et du musée du Cinquantenaire, aux chercheurs et aux collaborateurs du musée de l'Homme.

À Paris, le Laboratoire d'anthropologie sociale du Collège de France a hébergé mes premiers pas de chercheuse mobile. Brigitte Derlon et Monique Judy-Ballini ont accueilli mon arrivée à Paris et m'ont fait l'honneur de leur soutien.

À Bruxelles, le Musée royal de l'Afrique centrale, par l'entremise d'Els Cornelissen et de Julien Volper, a hébergé une grande partie de la recherche et de la rédaction de ce travail. Qu'ils soient remerciés pour leur hospitalité, malgré un contexte de profondes transformations – tant de leur côté que du mien.

Jean Hubert Martin, Nathalie Heinich, Pierre de Maret et Louis de Strycker, experts qu'il m'a été permis d'approcher et avec qui j'ai pu dialoguer, m'ont offert de nouvelles lumières sur mon travail et continuellement encouragée.

Sans eux, ce travail ne serait rien : Helena Heukeshoven m'a introduite, un jour de septembre 2013, à tous les galeristes présents au Parcours

REMERCIEMENTS

des Mondes de Paris. Elle a ainsi, sans le savoir, lancé mon premier grand terrain ethnographique. À tous les galeristes, collaborateurs de maisons de ventes, directeurs de départements, marchands à la sauvette, collectionneurs... qu'ils aient voulu rester anonymes ou non, qui m'ont accueillie, qui m'ont parlé de leur travail, voire de leur passion, qui m'ont ouvert leurs fonds et leurs bibliothèques, qui se sont intéressés à ma recherche et qui y ont même parfois cru, sachez que je mesure à leur juste valeur – et vous m'en avez enseigné toute la difficulté – le temps, l'aide et les connaissances que vous avez mis à ma disposition.

En coulisses, de nombreuses personnes ont guidé ou accompagné mes pas, tant au moment de la thèse que de sa publication : merci à Alain Crettaz pour son soutien à mes débuts de jeune doctorante, à Dorian Hernandez, Anabelle Pouydesseau, Tristan Saunier et Jane Wojtkowiak pour avoir enduré la cohabitation avec une doctorante en fin de thèse, à Maureen Lepers, Élodie Paupe, Camille Regache et Molly Reid pour le bain de sororité et leur présence continuelle, à Cindy Lebat, perpétuelle partenaire *in crime*, et à toutes les personnes qui ont un jour désamorcé une crise, permis du recul ou exprimé leur soutien.

Que ma mère Joëlle Doyen, à qui j'ai toujours pensé en écrivant ces lignes, soit ici remerciée pour son assurance indéfectible.

À Thibaud, pour lequel j'ai beaucoup trop peu de mots : merci d'avoir su devenir le navigateur de la barque quand celle-ci tanguait trop.

À tous les doctorants et chercheurs que j'ai rencontrés, à tous mes proches et mes moins proches, à vous qui avez lu, relu, critiqué, aimé, détesté, soutenu cette thèse – ou parfois comme moi désiré la voir disparaître – sachez que les défauts de ce travail n'incombent qu'à son humaine auteure, mais que ses qualités sont en grande partie vos fruits. Vous savez mieux que quiconque tout ce que contient ce modeste :

Merci.

Avant-propos

Cette publication est le fruit d'un travail de terrain effectué voilà bientôt 10 ans. À l'époque, le musée du quai Branly n'était pas encore musée du quai Branly – Jacques Chirac, les confinements n'existaient pas, ni le discours d'Ouagadougou. Si des mises à jour parfois assez conséquentes ont été réalisées en vue de la transformation du travail de thèse en ouvrage publié (comme l'intégration des nombreuses nouvelles recherches sur les restitutions ou sur la définition du musée), les données collectées et qui sont la base de ce travail ethnographique n'ont pas été complétées et restent des données collectées uniquement entre 2013 et 2016. Elles ont fondé l'analyse et les conclusions qui sont présentées ici et il me semble important de souligner le caractère temporellement et géographiquement situé de mes propos. En effet, le champ des musées, et plus particulièrement des musées d'ethnographie, mais aussi les marchés de l'art, sont des secteurs en perpétuelle transformation et ont connu des bouleversements majeurs ces dernières années.

Par ailleurs, mes propos ne sont pas les seuls à être géographiquement et temporellement situés : ainsi le sont ceux de François Mairesse qui m'a fait l'honneur d'une préface aux premières étapes de publication de cet ouvrage en 2020, comme de toutes les personnes qui ont accepté de répondre à mes questions entre 2013 et 2016. Certains ont désiré rester anonyme, d'autres non, et ce à différents niveaux. Ainsi, si le lecteur trouvera systématiquement une référence aux verbatims, qu'il ne soit pas étonné de voir les informations différer parfois largement. Comme je l'explique dans ma partie introductive, j'ai fait le choix de ne pas publier l'ensemble des entretiens menés, pour des raisons logistiques

puisque ces derniers représentent plus de 500 pages, mais aussi pour des questions méthodologiques et de «contrat de confiance» passé avec les principaux concernés par ces analyses. Le lecteur sera ainsi bien avisé de ne pas chercher à retracer les propos des uns et des autres, mais plutôt de considérer que plus d'une demi-dizaine d'années se sont écoulées depuis ces entretiens: leurs auteurs ont aujourd'hui parfois changé de statuts, voire de métier, et les propos qu'ils m'ont tenus ne les ont engagés à rien. Je leur renouvelle mes sincères remerciements pour la confiance qu'ils m'ont accordée, et pour avoir contribué à poser les fondations d'un travail scientifique de grande ampleur que je suis particulièrement fière de vous présenter aujourd'hui.

François Mairesse

Préface : Le musée, le forum et le marché

On sait le monde des musées en ébullition autour de la nouvelle définition proposée par l'ICOM (Conseil international des musées) en septembre 2019 à Kyoto, dont le vote a été reporté après des débats véhéments : les musées y apparaissent comme « *des lieux de démocratisation inclusifs et polyphoniques, dédiés au dialogue critique sur les passés et les futurs. [...] Les musées n'ont pas de but lucratif. Ils sont participatifs et transparents, et travaillent en collaboration active avec et pour diverses communautés afin de collecter, préserver, étudier, interpréter, exposer, et améliorer les compréhensions du monde, dans le but de contribuer à la dignité humaine et à la justice sociale, à l'égalité mondiale et au bien-être planétaire* »¹. Le musée devrait donc être multiculturel, ouvert à tous et résolument activiste, s'attaquant aux réels problèmes rencontrés par la société (le réchauffement climatique, l'égalité des genres, etc.) plutôt que de se concentrer sur ses collections ou faire de la recherche. On a beaucoup écrit sur cette définition², critiquant son manque de prise en compte des fonctions les plus classiques de conservation, de recherche et d'éducation, à partir d'une collection toujours considérée comme le centre du musée. Les partisans du changement relevaient quant

¹ Voir le site de l'ICOM : <https://icom.museum/fr/activites/normes-et-lignes-directrices/definition-du-musee/> [consulté en février 2020].

² Voir le dossier coordonné par Ewa Maszeck autour de la définition du musée pour la *Lettre de l'OCIM* 186, novembre-décembre 2019, pp. 10-27.

à eux la nécessité pour l'institution de s'ouvrir davantage à la société et d'y jouer un rôle véritablement actif face aux changements majeurs que rencontre notre civilisation. Querelle des anciens contre les modernes ? Par-delà les enjeux géopolitiques associés à ce débat (ce sont les pays anglo-saxons, et notamment ceux dans lesquels les *cultural studies* se sont particulièrement développées qui se sont montrés parmi les plus engagés en faveur de la nouvelle définition durant la Conférence de Kyoto³), il importe de discerner, à travers ces tensions, un changement de vision de plus en plus radical quant au sens du musée, centré sur ses publics et tournant largement le dos à ses collections.

Une telle tension existe depuis de nombreuses décennies, on la retrouve à la naissance de la Nouvelle muséologie, au début des années 1970⁴, le musée s'affirmant de plus en plus « *au service de la société et de son développement* ». C'est dans ce contexte que le muséologue canadien Duncan Cameron, analysant l'émergence d'un nouveau type d'établissements actifs dans le domaine des sciences ou de l'art contemporain, mais aussi tournés vers des enjeux plus communautaires, a évoqué dans un article célèbre le paradoxe muséal à partir de la figure du temple (le musée classique centré sur les collections) et celle du forum (la discussion sur les enjeux de société), concluant par la nécessité de différencier ces deux logiques au sein de l'institution et de s'assurer que l'une ne prenne le pas sur l'autre⁵. Le débat, qui fait alors rage au sein de la société dans son ensemble⁶, reconnaît dans la culture un enjeu de formation et d'émancipation citoyenne, afin de pouvoir réformer la société. Un demi-siècle plus tard, le rôle des citoyens est toujours recherché, mais ces derniers sont-ils perçus autrement que comme des consommateurs ? Si le musée cherche encore à se rapprocher de ses utilisateurs, il s'avère que le contexte social aussi bien qu'économique s'est métamorphosé. Le monde, autrefois organisé à partir de deux blocs antagonistes (Est-Ouest) et un non aligné, a laissé la place à un système d'échanges apparemment unifié autour de l'Organisation mondiale du Commerce et d'un marché mondial régi essentiellement par les États-Unis (rattrapés par la Chine). Certes, comme le soulignait déjà Margareth Thatcher, « *il n'y a pas d'alternatives* », le modèle soviétique

³ GUERRIN Michel, « Pour les modernes, il faut faire tomber le dogme de l'artiste occidental, blanc, masculin, dominant », *Le Monde*, 6 septembre 2019.

⁴ DESVALLÉES André, *Vagues. Une anthologie de la nouvelle muséologie*, Mâcon, Ed. W. et M.N.E.S., 2 vol., 1992 et 1994.

⁵ CAMERON Duncan, « Museum, a temple or a forum », *Curator* 14, March 1971, pp. 11-24.

⁶ JEANSON Franis, *L'action culturelle dans la cité*, Paris, Seuil, 1973.

s'étant effondré au début des années 1990. C'est du moins ce que laisse surtout entendre l'opinion générale, largement conditionnée par cette économie qualifiée de néolibérale⁷ telle qu'elle s'est développée à partir des pays anglo-saxons – précisément ceux que l'on retrouve en faveur de la nouvelle définition du musée.

Et c'est bien cette caractéristique qui, pourtant largement absente des discussions autour de la nouvelle définition de l'ICOM, apparaît comme déterminante pour comprendre les enjeux du fonctionnement des musées dans le monde actuel. Bien que le musée y soit toujours caractérisé comme une organisation « *sans but lucratif* » (cette caractéristique n'a été ajoutée que sur le tard à la nouvelle proposition de définition par le Conseil d'administration de l'ICOM, le terme étant considéré comme ambigu ou dénué d'intérêt pour ses rédacteurs), il est intéressant de noter combien les enjeux économiques sont peu évoqués dans ces nouveaux discours : il s'agit bien de lutter contre le changement climatique, de participer à la restauration de la dignité humaine et de la justice dans le monde, mais curieusement, sans évoquer la cause sans doute la plus profonde en matière d'inégalité (voire de réchauffement), soit l'économie de marché elle-même, pensée actuellement comme pratiquement hégémonique sur tous les continents.

C'est dans une telle perspective que le travail d'Audrey Doyen apparaît comme particulièrement important, car s'il n'évoque pas directement les enjeux de la définition actuelle du musée, il s'attache aux conséquences liées à l'évolution de la pensée économique sur les musées et en examine l'une des caractéristiques les plus visibles à travers les relations entre marchands et conservateurs. En analysant, à partir de l'art africain et océanien, les relations complexes tissées entre les musées d'ethnographie et le marché de l'art, cet ouvrage permet en effet d'explorer une facette essentielle de l'institution contemporaine du musée, dans les liens qu'elle entretient avec le marché.

On sait que ces liens sont anciens. Si effectivement, un « tournant commercial » des musées a pu être observé à partir des années 1980 en Grande-Bretagne et aux États-Unis, à la suite des changements de politiques économiques opérés par Margaret Thatcher et Ronald Reagan, puis au début des années 1990 pour la plupart des pays européens⁸, la logique économique

⁷ HARVEY David, *A brief History of Neoliberalism*, Oxford, Oxford University Press, 2005.

⁸ BAYART Denis, BENGHOZI Pierre-Jean, *Le tournant commercial des musées en France et à l'étranger*, Paris, Ministère de la Culture et La documentation française, 1993.

du musée et ses liens avec le marché remontent au moins au XVIII^e siècle⁹. Le financement de l'institution repose partiellement sur de tels principes, à travers les liens tissés avec les publics (en tant que consommateurs) et les entreprises (en tant que fournisseurs ou que partenaires et mécènes). La logique de marché constitue depuis toujours l'un des piliers du financement des musées, les deux autres étant le soutien des pouvoirs publics et celui des donateurs, mécènes et philanthropes. Longtemps, et plus particulièrement entre les années 1945 et 1980, alors que les politiques keynésiennes mises en œuvre par les gouvernements occidentaux supposent un engagement fort (voire hégémonique) des pouvoirs publics en matière de financement des musées, le marché et ses intercesseurs demeurent pratiquement bannis de l'institution. Celle-ci se veut certes ouverte à tous les usagers¹⁰, mais dans une optique de service public. L'évocation même des visiteurs en tant que consommateurs y apparaît presque obscène, tandis que les questions d'argent s'avèrent hors de propos (tout objet entré dans un musée y perd sa valeur financière, puisqu'il n'est pas destiné à en sortir) et que le mécénat (la philanthropie capitaliste) y est vu avec suspicion. Les conservateurs sont d'abord formés pour conserver et étudier le patrimoine qu'ils ont pour mission de transmettre aux générations futures, pas pour chercher à générer des revenus pour financer l'institution. Les marchands, au mieux tolérés pour ce qui concerne les plus honorables dont l'institution ne peut se passer, sont rarement les bienvenus au sein du temple, les conservateurs cherchant à éviter toute possible confusion entre le musée et le marché de l'art. Le code de déontologie actuel de l'ICOM reconnaît encore l'importance de cette séparation entre les deux mondes :

«Les membres de la profession muséale ne doivent pas participer, directement ou indirectement, au commerce (vente ou achat dans un but lucratif) d'éléments du patrimoine culturel et naturel. [...] Les professionnels des musées ne doivent pas accepter d'un négociant, marchand, commissaire-priseur ou autre, des cadeaux ou libéralités, quelle qu'en soit la forme, pouvant conduire à l'achat ou à la cession d'objets ou à l'obtention de passe-droits administratifs. En outre, ils ne doivent jamais recommander de manière particulière un marchand, commissaire-priseur ou expert à un membre du public.»¹¹

⁹ MAIRESSE François, *Le musée hybride*, Paris, La Documentation française, 2010.

¹⁰ Voir par exemple la recommandation de l'UNESCO concernant les moyens les plus efficaces de rendre les musées accessibles à tous, adoptée le 14 décembre 1960. Voir le site de l'UNESCO : http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=13063&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html [consulté en février 2020].

¹¹ Articles 8.14 et 8.15 du code de déontologie de l'ICOM.

De tels propos apparaissent dans cette perspective comme des remarques de bon sens en vue de prévenir de possibles conflits d'intérêts. Ils ne sont en réalité guère aisés à mettre en œuvre dans la vie quotidienne, conservateurs et marchands étant sans cesse amenés à se rencontrer et à échanger.

Le propos de l'ouvrage d'Audrey Doyen, issu d'une thèse brillamment soutenue en 2018, porte justement sur les relations entre ces deux mondes tels qu'elle a pu les observer de près durant plusieurs années, en Belgique, en France et en Suisse, tant dans les musées que dans les galeries ou en ventes publiques, ainsi que dans un certain nombre de lieux intermédiaires, comme les foires et les salons.

Il fallait une grande ouverture d'esprit, de la curiosité et de la ténacité, mais aussi un réel sens de la diplomatie et une double formation d'ethnologue et de muséologue pour mener à bien une telle entreprise, car si les relations entre ces deux mondes apparaissent de nos jours comme nettement plus complexes qu'il y a trois décennies (chacun restant chez soi), les deux mondes sont encore loin de développer des relations parfaitement harmonieuses. Une telle enquête a certainement bénéficié du travail qu'Audrey Doyen a mené avec le Musée d'ethnographie de Neuchâtel, au sein duquel elle a été étroitement associée à la préparation et à la réalisation de plusieurs expositions temporaires. On sait le rôle considérable joué, sur le plan de la muséologie francophone, par le Musée d'ethnographie de Neuchâtel, s'intéressant notamment aux relations du musée avec les collectionneurs ou avec le marché et de l'art¹². Cette expérience, nourrie par le questionnement particulier des professionnels de ce musée, lui a certainement permis d'aiguiser sa pensée, Audrey Doyen livrant ici un travail tout en nuance sur l'équilibre singulier des relations entre ces deux mondes. L'essence de cette relation repose non pas sur les fonctions du musée et son travail de recherche, d'exposition ou de conservation, mais sur le cœur du musée classique, soit sa collection, et sur le paradoxe de ces objets présentés dans différents univers, apparemment destinés à assumer un usage spécifique (leur fonction première, leur présentation dans une collection privée ou leur entrée au sein du musée), mais dont les frontières semblent de plus en plus poreuses et éphémères. Les foires et les galeries présentent ainsi des expositions imitant les façons des musées, aux catalogues érudits, tandis que des musées sont invités à

¹² Voir par exemple HAINARD Jacques, KAEHR Roland (dir.), *Collections Passions*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie, 1982; GONSETH Marc-Olivier, HAINARD Jacques et KAEHR ROLAND (dir.), *L'art c'est l'art*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie, 1999.

exposer dans des lieux commerciaux et que certaines galeries prêtent des œuvres à des expositions muséales. Dans une telle perspective, le parcours des objets, mais aussi les questions d'inaliénabilité, de restitution et de sortie des collections, si présentes dans les débats actuels¹³, apparaissent sous un autre jour.

Cet ouvrage ne clôture certes pas le sujet: telle n'est pas l'ambition d'Audrey Doyen, qui ouvre plutôt ici de nouvelles perspectives d'analyse sur la nature réelle de la métamorphose des musées, en concluant sur l'hétérogénéité de l'écosystème dans lequel s'opèrent ces échanges à la fois marchands et scientifiques. On sait combien les frontières entre ces deux mondes, largement plus hermétiques il y a encore une génération, se sont brouillées, laissant la place à des échanges forcément plus nombreux et de plus en plus diversifiés, induisant des collaborations nouvelles (expositions, expertises) inimaginables il y a encore quelques années. Si l'on parle beaucoup du rôle des musées comme forums ou espaces de discussion et de socialisation¹⁴, serait-ce pour rendre au marché l'essentiel de la gestion du circuit des objets et des œuvres d'art? La contribution d'Audrey Doyen à ce débat permet de dresser le constat d'une transformation sans doute encore inaboutie, susceptible de se poursuivre: la structure et les rôles des acteurs du marché de l'art, incluant d'ailleurs aussi bien collectionneurs qu'experts, institutions et faussaires, ne cessent d'évoluer, selon un rythme qu'il serait intéressant d'analyser. Quelles seront les relations entre marchands, collectionneurs et responsables de musées dans une génération? Autant de questions qui surgissent après la lecture de cet ouvrage et appellent à de nouvelles recherches.

¹³ SAAR Felwine, SAVOY Bénédicte, *Restituer le patrimoine africain*, Paris, Seuil, 2018.

¹⁴ BAHNERS Patrick, « Was tun wir hier? Ein Definitionsstreit im Weltverband der Museen », *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 3 février 2020, p. 9.

Introduction

Ce ne sont pas les cultures qui dialoguent, mais les hommes, dont les échanges sont conditionnés par des histoires particulières de contacts, de rapports de force, des réciprocités individuelles, des formes de voyage, d'accès et de compréhension.

James Clifford, *Le quai Branly en construction*, 2007

L'art et l'argent

Ainsi que le rappelait James Clifford à propos du slogan adopté par le musée du quai Branly – Jacques Chirac : le musée n'est pas le lieu où « *dialoguent les cultures* »¹⁵, mais où dialoguent les hommes, leurs histoires, là où ils débattent, où se déploient (et parfois se résolvent) les tensions disciplinaires, où se révèlent les enjeux historiques et politiques. Ces dialogues se déclinent sur des échelles extrêmement variées – entre États, entre individus, entre disciplines – et leurs enjeux sont sociaux, mais aussi politiques ou diplomatiques. Pourtant, la question de l'argent est singulièrement absente de ces débats, et pour des raisons assez évidentes.

De manière générale, les rapports de l'art et de la culture à l'argent sont historiquement un sujet sensible : l'un et l'autre n'ont supposément « *aucune commune mesure* » comme le rappelle Aristote dans son *Éthique*

¹⁵ «Là où dialoguent les cultures » est l'expression utilisée par le musée du quai Branly – Jacques Chirac comme devise.

à *Eudème* (Aristote, 2011: VII, 10, 31)¹⁶. Le savoir, l'art et la culture sont ainsi considérés comme des choses de l'esprit, des activités nobles et valorisantes, alors que l'argent est souvent associé à la superficialité et à la cupidité vénale. Ce tabou se retrouve de façon prégnante dans le monde des musées: nombreuses sont les directives, les réflexions ou les commentaires fustigeant les marchés et marchands d'art et prônant une séparation totale entre ces deux institutions. Le guide de muséologie d'André Gob et Noémie Drouguet précise, par exemple, que «*le marché de l'art et des antiquités est avant tout un instrument financier; il n'a que peu à voir avec l'art ou le patrimoine*» (2010: 174). Cette séparation entre marchés et musées est thématisée par Krzysztof Pomian, qui souligne la différence de traitement des objets entre ces deux institutions et, surtout, leur incompatibilité: «*Nos sociétés, comme les individus qui y vivent, adoptent face à l'art deux attitudes apparemment incompatibles. Elles l'immobilisent au musée où il doit faire l'objet d'une contemplation admirative. Elles l'envoient circuler sur le marché où il fait l'objet de transactions commerciales.*» (Pomian, 1992: 9)

Outre une possible dégradation de la valeur culturelle par la fixation d'une valeur financière, le rapport au marché comporterait aussi le risque pour le monde muséal d'être associé au trafic illégal des biens culturels. Les musées, considérés comme des temples de la connaissance, associés à une forme de vérité transcendante qu'ils se doivent de transmettre, sont donc bien avisés de se tenir à l'écart des marchés, lieux de décadence et d'avilissement de l'esprit; musées et marchés n'auraient donc rien de commun. Si un objet du premier était touché par le second, il se verrait automatiquement – et paradoxalement! – dévalorisé.

Si tous les musées sont, à plus ou moins large échelle, concernés par ce tabou, ce dernier est encore plus prégnant dans les musées d'ethnographie: par leur histoire et la diversité des collections qu'ils conservent et exposent, ces institutions soulèvent un grand nombre de débats – les restitutions, les discours post-coloniaux, le traitement de la mémoire, le rapport à la diversité, etc. Là encore, cependant, la valeur monétaire des objets présents dans leurs murs est invisibilisée: la question de l'argent n'apparaît qu'en filigrane lorsque sont abordées certaines problématiques précises. Par exemple, lors de la création du musée du quai Branly – Jacques Chirac, lorsque l'on médiatise le trafic illicite des objets culturels, ou lorsqu'il s'agit

¹⁶ Pour une analyse détaillée de ces relations complexes entre savoir et argent, voir HÉNAFF Marcel, *Le prix de la vérité: le don, l'argent, la philosophie*, Paris, Éditions du Seuil, 2002, 551 p.

de chiffrer les coûts éventuels des restitutions. Ce tabou se double d'une forme de culpabilité coloniale, à laquelle il serait bien malvenu d'associer des questions financières : souvent acquis par des voies éthiquement discutables, voire légalement condamnables, les objets conservés dans les musées d'ethnographie sont considérés comme un héritage qui « *sera toujours à nous mais jamais notre patrimoine* » (Hertz, 2002 : 167).

Ainsi, le constat fait par Krzysztof Pomian pour les musées en général se retrouve dans les musées d'ethnographie : la croyance généralement partagée postule que les marchés de l'art et les musées d'ethnographie conçoivent, définissent, évaluent et valorisent différemment des objets identiques. Schématiquement, les marchés de l'art feraient circuler des objets d'art africain et océanien, en les évaluant et en les valorisant sur la base de considérations principalement esthétiques, alors que les musées d'ethnographie immobiliseraient des objets-témoins en les sélectionnant sur la base de critères liés à l'usage et aux contextes de production et de réception des objets (comme l'exemplarité de l'objet par rapport à une pratique sociale, par exemple). Cette conception s'est particulièrement dichotomisée dans le débat enflammé qui a accompagné la création du musée du quai Branly – Jacques Chirac en 2006 en France et se retrouve aussi bien dans les discours scientifiques que médiatiques¹⁷.

Si cette conception s'avérait exacte, l'argent serait absent des musées d'ethnographie et la valeur financière des biens culturels ne pourrait jamais être estimée. Pourtant, l'argent fait partie intégrante du monde muséal en général : il est dans les profits de leurs boutiques, dans les valeurs d'assurance des objets, voire, comme le rappelle O'Doherty, un critère de valeur artistique des objets :

« Le modèle économique en vigueur depuis cent ans en Europe comme dans les Amériques est un produit, filtré par la galerie, proposé aux collectionneurs et aux institutions, commenté dans des magazines financés en partie par les galeries, puis charrié vers la machinerie universitaire

¹⁷ Voir sur ce débat, par exemple, dans la presse le « Manifeste pour que les chefs-d'œuvre du monde entier naissent libres et égaux », *Libération*, 15 mars 1990. La presse internationale s'est aussi fait l'écho du débat français avec les articles de RIDING Alan, « Imperialist ? Moi ? Not the Musée du Quai Branly », *New York Times*, 22 juin 2006 ; de OUROUSSOFF Nicolai, « Quai Branly : a perverse, magical space », *New York Times*, 27 juin 2006 ; de KIMMELMAN Michael, « A heart of darkness in the city of light », *New York Times*, 2 juillet 2006. Dans la recherche académique, cette dichotomisation s'est retrouvée analysée et parfois déconstruite par Sally Price (1995, 2007, 2009), André Desvallées (2007), dans le numéro de la revue *Débat* « Le moment du quai Branly – Jacques Chirac » (2007) ainsi que dans la publication du colloque « Cannibalisme disciplinaire » qui s'est tenu au musée du quai Branly – Jacques Chirac en 2007.

qui fixe “l’histoire” et garantit ainsi, comme le font les banques, la valeur des avoirs déposés dans son principal entrepôt, le musée. L’histoire de l’art, en fin de compte, c’est de l’argent. C’est pourquoi nous n’avons pas l’art que nous méritons, mais l’art pour lequel nous payons.» (O’Doherty, 1976-1981 : 146)

Les chercheurs se sont d’ailleurs déjà penchés sur ces liens, mettant en évidence l’interdépendance entre les marchés – où s’effectuent les transactions – et le champ muséal – où s’opèrent l’homologation et la hiérarchisation des valeurs artistiques (Moulin, 1967). De même, la séparation stricte entre les marchés de l’art, lieux économiques détachés de considérations patrimoniales et les musées, lieux hors économie détachés des considérations monétaires, a été déconstruite par la recherche (aussi bien des sciences économiques que muséales et patrimoniales, notamment en économie de la culture. [Grampp, 1989 ; Weil, 1983 ; Benhamou, 2003 ; Feldstein, 1991 ; Mercillon, 1977 ; Peacock et Godfrey, 1997 ; Pommerehne et Frey, 1980 ; Tobelem, 1990, 2010).

Les musées n’échappent donc pas à l’emprise économique et les musées d’ethnographie ne font pas exception à la règle. Ils entretiennent des liens anciens et profonds avec des acteurs économiques puissants : les marchés de l’art. Du côté des musées d’ethnographie, les achats et alliances mis en place avec les marchés font partie du « *projet muséal* » (Mairesse, 2002) de chaque institution et participent ainsi à définir son positionnement. Du côté des marchés de l’art, les institutions muséales sont des repères et les acteurs qui les composent des interlocuteurs privilégiés. Les relations entre ces deux mondes se déploient ainsi autant dans l’achat-vente des objets, que dans la conception d’expositions, l’élaboration de catalogues ou l’échange d’informations. Les marchés de l’art et les musées d’ethnographie traitent ainsi des mêmes objets, attirent parfois les mêmes visiteurs et s’échangent informations et connaissances relatives au champ.

C’est ce paradoxe fascinant – entre le maintien à tout prix d’une frontière et sa perpétuelle mais nécessaire transgression – qui m’a amenée à conduire ma recherche. Comment cette croyance partagée d’une dichotomie entre les musées d’ethnographie et les marchés de l’art coexiste-t-elle avec des pratiques régulières et connues entre ces deux mondes ? Comment ce paradoxe entre pratiques et discours impacte-t-il les objets échangés, les représentations qui en sont faites et la valeur qui leur est attribuée ?

Envisager la « commune mesure » des musées et des marchés de l'art

Pour répondre à ces questions, il m'a paru nécessaire de revenir sur la catégorie particulière subsumant les objets propres aux marchés d'art et aux musées d'ethnographie. En effet, ces objets constituent un ensemble hétéroclite d'éléments aux caractéristiques différentes, mais appartenant à une même catégorie d'objets de collection, qui porte cependant des noms variés selon les époques (art nègre, art primitif, art premier) et les pays (*tribal art*, art africain, etc.). Conceptualisée au fil de la structuration des musées d'ethnographie et des collections durant les XIX^e et XX^e siècles principalement, cette catégorie spécifique d'objets a été déconstruite après la Seconde Guerre mondiale et complexifiée dans les années 1980. Elle est liée à des enjeux géopolitiques, économiques et sociaux très importants, ainsi qu'à des problématiques coloniales, puis post-coloniales, dans lesquels les musées d'ethnographie autant que les marchés de l'art ont été impliqués. Il n'est donc pas possible de faire l'impasse sur ce processus de catégorisation, puisque le paradoxe précité – entre les discours et les pratiques des marchés comme des musées – a autant participé à la construction de cette catégorisation qu'il en a subi les conséquences.

Dans la première partie de cet ouvrage, il s'agit donc de comprendre comment des objets à l'histoire, aux caractéristiques et aux parcours hétérogènes ont pu et sont encore aujourd'hui réunis dans une même catégorie, en revisitant ce processus à l'aune des relations entre musées et marchés. Comment cette catégorisation s'est-elle construite pour être aujourd'hui prise en considération dans le champ de l'art ? Quels sont les objets qui en font partie et sur la base de quels critères ? Plus important encore, qui sont les acteurs de la construction de cette catégorie ?

Pour répondre à ces questions, je propose de considérer sur deux plans le contexte historique, et plus particulièrement économique, au sein duquel s'ancre ce processus de catégorisation.

Premièrement, construire une catégorie implique de trouver la « commune mesure » de ces objets, puisque leur valeur n'est pas uniquement culturelle et patrimoniale, elle est aussi monétaire. Les objets conservés au sein des musées d'ethnographie ont un prix. Bien que, comme mentionné plus haut, le musée a déjà fait l'objet d'analyses économiques, la valeur monétaire des biens immobilisés dans les collections n'a pour l'heure été que peu traitée.

Deuxièmement, le contexte capitaliste dans lequel s'ancre l'histoire de cette catégorisation fait du marché le principal régulateur de production, de distribution et de consommation des objets. Les marchés de l'art sont donc des acteurs majeurs de la construction d'une valeur économique des objets. Cependant, ils sont aussi, dans ce contexte, des contributeurs des valeurs artistiques et culturelles (Dupuy, Eymar-Duvernay, Favereau et al., 1989; Helgesson et Muniesa, 2013; Vatin, 2013; Moulin, 1967).

La construction d'une éventuelle catégorie homogène et cohérente des objets s'envisage ici obligatoirement au prisme des échanges entre les marchés et les musées, qui ne peuvent être considérés séparément. Il faut donc se demander, d'une part, comment et en quoi les marchés de l'art participent à la construction de cette catégorie, et par là, à la fixation d'une valeur propre à cette dernière; d'autre part, comment les musées entretiennent des relations économiques avec ces acteurs, et participent également à la construction d'une valeur financière des objets qu'ils acquièrent, conservent et exposent.

Si les liens entre les musées et l'argent ont déjà fait l'objet de recherches académiques, les relations entre marchés de l'art et musées d'ethnographie plus spécifiquement, bien qu'importantes dans les faits et reconnues dans les milieux professionnels, n'ont jamais fait l'objet d'une analyse ethnographique approfondie. Malgré l'existence d'études consacrées au marché de l'art dans différentes disciplines (économie, sociologie, anthropologie, histoire de l'art), on constate sur ce plan une lacune de la recherche du côté de l'art africain et océanien. Christopher Steiner, avec *African art in transit* notamment (Steiner, 1991, 1994, 1995), est très certainement le premier auteur à s'être penché sur le sujet de manière approfondie, mais son terrain en Côte d'Ivoire rend compte davantage des transactions ayant lieu en zones de production des objets qu'après leur arrivée en Europe ou dans les collections européennes. Raymond Corbey plus récemment, avec *Tribal Art Traffic* (Corbey, 2000), s'est penché sur la question de la circulation des objets ethnographiques après leur départ hors des zones de production, mais uniquement dans une approche historique couvrant le XIX^e et le début du XX^e siècle. Sophie Cazaumayou, dans son analyse du marché de l'art océanien (2009), ne consacre que quelques pages aux transactions avec les institutions culturelles. Estelle Fossey (2011) mentionne l'importance des liens entre musées d'ethnographie et marchés de l'art, mais ne s'arrête pas véritablement sur les enjeux de ces relations et s'attarde davantage sur le rôle du

musée d'ethnographie dans la constitution du goût des collectionneurs. La seule contribution majeure qui peut être signalée est celle de Jonathan Benthall, *Ethnographic Museums and the Art Trade* (1987), qui s'est complètement et uniquement focalisée sur les relations contemporaines entre musées d'ethnographie et marchés de l'art. On ne peut que déplorer qu'elle ne fasse que quatre pages et qu'elle n'ait suscité aucun développement, tant du côté anglo-saxon qu'europpéen.

Deux raisons expliquent en partie cette absence de développements. La première tient très certainement au tabou évoqué précédemment : étudier les relations entre l'art et l'argent revient à envisager leur commune mesure. Cette hypothèse vient profondément bouleverser les conceptions actuelles, les systèmes de catégorisation et de hiérarchisations propres au champ. L'entreprise est donc ardue et à mener avec précaution et nuances. La deuxième raison tient, selon moi, à l'interdisciplinarité qu'implique ce sujet de recherche : comprendre ces relations demande de mobiliser un grand nombre de concepts issus de disciplines différentes, en l'occurrence, l'anthropologie et l'ethnologie, l'histoire de l'art, la muséologie et l'économie.

Médiateurs, valeur et artification

La présente recherche s'ancre ainsi dans des réflexions menées depuis plusieurs années autant en France que dans les pays anglo-saxons et dont elle reprend certaines conclusions ou propositions méthodologiques. Il s'agit dans les lignes qui suivent de revenir brièvement sur certains concepts et approches (médiateurs, valeur, circulation, artification, etc.), mais aussi sur le contexte de production des savoirs produits sur les musées et les expositions, depuis la fondation des musées.

Considérer les médiateurs pour comprendre les réseaux

Les marchés de l'art et les musées ont pour point commun d'être tous deux des médiateurs des objets, puisqu'ils interviennent entre leur production et leur réception. Les scientifiques ont longtemps étudié le moment de production ou de réception des objets qui se définissent alors soit par des caractéristiques propres aux intentions et aux qualités du producteur, soit par

les aspects émotionnels ou signifiants ressentis ou compris par le récepteur¹⁸. La recherche s'est cependant considérablement élargie par la suite en prenant aussi en considération les étapes entre la production et la réception des objets, par exemple avec Alfred Gell (1998) – qui théorise l'intervalle entre l'*artist* (artiste) et le *recipient* (destinataire) – ou avec Nathalie Heinich (1998) – qui définit la totalité des étapes entre le producteur et le récepteur de l'œuvre comme de la médiation. Considérer ces étapes, qu'elles consistent en des individus (collectionneurs, critiques, guides, etc.) ou des institutions (les musées, les marchés), brouille, voire annihile, les frontières entre le moment où l'objet est produit et le moment où il est reçu. C'est le travail qu'avait aussi effectué Raymonde Moulin en étudiant les marchés de «*l'art classé*»¹⁹ et contemporain (1967, 1992), ou Brigitte Derlon et Monique Judy-Ballini en étudiant les collectionneurs d'art africain (2008). Ces approches ont l'avantage d'éviter certains écueils conceptuels et méthodologiques en pensant les objets comme imbriqués dans des flux et des systèmes de relations entre personnes et institutions (Heinich, 2001).

Les musées d'ethnographie et les marchés de l'art sont donc des médiateurs, «*instances de régularisation de ces mondes*» (Fossey, 2011). Se concentrer sur ces instances plutôt que sur les producteurs (artistes, etc.) ou sur les récepteurs (publics, collectionneurs, etc.), permet ainsi de considérer non seulement ces objets, mais aussi leur circulation et leur(s) trajectoire(s), ainsi que les individus qui gravitent autour d'eux, les manipulent, les échangent et les décrivent.

La circulation des objets : au cœur de la construction de la valeur

Considérer les médiateurs nous rappelle particulièrement que les objets circulent. L'importance de cette circulation a été traitée par Arjun Appadurai et Igor Kopytoff qui ont mis en évidence dans *Social Life of Things*

¹⁸ La plupart des chercheurs et chercheuses considèrent en outre ces moments comme nécessaires à la définition d'un objet en tant qu'œuvre d'art (voir par exemple, BOAS FRANZ, *Primitive art*, New York, Dover, 1955, p. 349). Je reviendrai sur cette distinction plus loin – notamment en évoquant le concept d'artification – et prends pour l'instant en compte *tous* les objets, qu'ils soient considérés ou non comme des œuvres.

¹⁹ Terme employé par Raymonde Moulin dans *L'artiste, l'institution et le marché...*, et désigne un des trois types de marché, celui de l'art ancien et moderne (par opposition à l'art contemporain et aux tableaux à la douzaine). Celui de l'art classé étant considéré comme le plus ancien sert de référence à Raymonde Moulin dans son ouvrage.

(1986) les changements de sens que la circulation des objets induit, mais aussi les modifications qu'elle opère sur leur valeur. Ils postulent ainsi que la valeur d'une « *marchandise* »²⁰ ne dépend pas de ses qualités intrinsèques²¹ : elle est conjoncturelle et non essentielle. Un objet peut être à un moment une commodité et à un autre moment un bien inaliénable. Ce sont les situations qui permettent à l'objet d'avoir à un moment donné une valeur et cette dernière peut être transformée, réinterprétée, développée ou oubliée. Si Appadurai et Kopytoff considèrent l'ensemble des objets, certains scientifiques se sont intéressés plus particulièrement aux objets de collection : ainsi Luc Boltanski et Arnaud Esquerre ont analysé « *les opérations dont les choses font l'objet en vue d'en accroître la valeur et d'en augmenter le prix* » (2014 : p. 14) et passent en revue les modalités de mise en valeur des objets de collection – dont le dispositif narratif est un élément clé – notant que ces modalités sont particulièrement visibles lorsque les objets changent de main. La circulation des objets de collection est donc un élément essentiel à prendre en considération pour comprendre la construction de leur valeur monétaire, mais aussi culturelle.

La circulation est donc le moment clé où s'observent les modifications de sens et de valeurs des objets et les analyses citées nous encouragent à considérer les situations dans lesquelles se trouvent les objets, davantage que leurs caractéristiques essentielles, pour comprendre ce qui fait leur valeur. Appadurai et Kopytoff ne sont d'ailleurs pas les seuls chercheurs à tirer ces conclusions : ce sont aussi celles de Michel Espagne en histoire lorsqu'il évoque le concept de « *transfert culturel* » (Espagne, 2009 ; Espagne et Werner, 1987) et de Dominique Jarrassé (2013) en histoire de l'art, qui parle de « *valeur mutante* » ; en sociologie, par Nathalie Heinich (2014b) qui développe de façon importante le concept de « *registre de valeur* » ; en économie, finalement, discipline qui, avec les théories

²⁰ Appadurai et Kopytoff emploient le terme de « *commodity* », qu'ils définissent comme tout bien ou service mis en circulation. Comme le relève le traducteur de la version française, Jean-Pierre Warnier (2009), cette catégorie est beaucoup plus englobante que ne le laisse entrevoir le terme français de « *marchandise* » utilisé pour traduire la pensée des deux auteurs. L'objet peut être considéré comme une sous-catégorie de la marchandise telle qu'Appadurai et Kopytoff l'envisagent. J'utilise ci-après dans le texte le terme de marchandise sans répéter les guillemets, mais toujours dans cette acception renvoyant au concept de *commodity*.

²¹ « *Value, for Simmel, is never an inherent property of objects, but is a judgment made about them by subjects. Yet the key to the comprehension of value, according to Simmel, lies in a region where "that subjectivity is only provisional and actually not very essential"* (Simmel 1978: 73). » (Appadurai et Kopytoff, 1986 [2014])

marginalistes, a permis d'intégrer la notion d'« *utilité marginale* »²² dans la détermination de la valeur des objets et de souligner le peu d'importance des qualités intrinsèques d'un objet dans la constitution de sa valeur, même monétaire (Benhamou, 2011, Mairesse et Rochelandet, 2015). Tous ces concepts mettent en exergue le caractère situationnel des valeurs des objets.

Se concentrer sur la circulation de l'objet possède certains avantages méthodologiques. Tout d'abord, cette approche permet de sortir d'une analyse centrée sur la production ou la consommation des objets et de se focaliser sur leurs trajectoires et les réseaux, tout comme l'approche par les médiateurs. Alfred Gell (1998) a mis en avant l'importance des réseaux sur la construction de la valeur des objets, en théorisant les concepts d'*agency*²³ et d'*agency network*. Pour ce dernier, l'*agency network* regroupe les pensées et les intentions des producteurs des objets. Ces dernières se retrouvent dans l'objet lui-même et sont ensuite réinterprétées par ses récepteurs. Comme le rappelle Tim Ingold (2013) la notion d'*agency* permet de tracer la trajectoire de l'objet. Celle-ci est constituée des connexions causales enchaînées qui ont motivé la production de l'objet et qui ont permis l'attribution de multiples significations lors de ses usages. L'*agency* replace donc l'objet dans des « moments de vie » qui peuvent être socialement et culturellement variés. Malgré les critiques et les questions que l'utilisation de ce concept laisse en suspens, notamment sur le degré d'intentionnalité prêtée à l'objet (celui-ci peut-il changer les contenus qui lui sont rattachés ? La nature de l'objet a-t-elle une influence sur les intentionnalités qui lui sont attribuées et leurs interprétations ?²⁴), le concept d'*agency*, tout comme ceux de resémantisation (Déotte et Huyghe, 1998) et de transfert culturel, permet de sortir d'un comparatisme tendant à essentialiser deux systèmes (par exemple, la production et la consommation) et ouvre l'analyse aux

²² Pour rappel, l'utilité marginale décroissante, exprimée pour la première fois par Bernouilli en 1738, se fonde non sur la valeur de production de l'objet (le coût des matériaux ou de la production), mais sur le besoin du demandeur à consommer le bien, ce dernier étant en recherche continue d'un équilibre entre l'utilité que lui apporte le bien consommé et le prix qu'il paye pour ce bien. Ainsi, ce principe postule que la consommation supplémentaire de chaque dose d'un bien a une utilité inférieure à la dose précédente et perd ainsi en valeur.

²³ À nouveau, la traduction française du terme *agency* ne fait pas consensus. Maurice Bloch (2009) parle d'intentionnalité, mais aussi d'agentivité ou d'actance. HEINICH Nathalie, dans « Dialogue posthume avec Alfred Gell », *Aisthesis*, 2012a, p. 188, propose *capacité* qui rend selon elle mieux compte de la notion de « potentialité » contenue dans le terme *agency*. Pour une critique de ce terme, voir EMIRBAYER Mustafa, MISCHÉ Ann, « What is agency? », *American journal of sociology* 103(4), 1998, pp. 962-1023. L'alternative la plus répandue reste l'utilisation du terme anglais.

²⁴ Pour un détail de ces critiques du concept d'*agency* tel que formulé par Gell, voir le développement proposé dans ma thèse disponible en ligne sur HAL : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02172258>, p. 65.

réseaux, aux transferts et aux échanges qui mettent en relief le dynamisme et la flexibilité des systèmes, comme déjà évoqué ci-dessus. Ces concepts sont donc particulièrement intéressants pour les objets ethnographiques dont la trajectoire peut être longue, mais surtout traverser des pays, des situations et des contextes extrêmement variés. Ils passent en effet non seulement d'une culture à une autre, mais aussi du terrain au musée (ou à l'exposition) comme le rappelle Sally Price (2009 : 275) :

« Quelles que soient ses priorités précises, tout musée qui expose des objets ethnographiques est confronté au même défi. Ce défi tient au fait que les objets portent, dans leur culture d'origine, des significations multiples et souvent très complexes, qui ne sont guère capables de survivre au passage à la vitrine de musée. »

Ces recherches convergent toutes vers une même conclusion, à la base de la réflexion déployée dans cet ouvrage : les objets circulent, et ces circulations impliquent des changements de valeur et de sens. Les différentes valeurs des objets sont ainsi moins contenues dans leurs qualités formelles et essentielles que dans les situations qu'ils traversent et les individus qui les possèdent et les voient.

Un contexte spécifique de production des savoirs

En dehors de la question de la valeur des objets en général, les scientifiques se sont aussi plus particulièrement intéressés aux objets conservés dans les collections publiques comme privées. Leurs analyses partagent et illustrent un élément important pour la problématique de ce travail : le contexte de production et d'élaboration de ces recherches illustre la porosité des frontières entre productions académiques et muséales et soulève des enjeux méthodologiques importants (est-il possible, par exemple – et le cas échéant, comment – de séparer les sources primaires des sources secondaires ?).

Les recherches menées sur les objets ethnographiques – mais c'est souvent le cas pour l'ensemble des recherches dont l'objet est le musée ou ses collections – s'élaborent aussi bien dans les universités que dans les musées d'ethnographie, qui possèdent souvent des départements de recherche ou dont les conservateurs opèrent des analyses réflexives sur leurs pratiques, leurs institutions et leurs objets. En outre, ces recherches se sont développées

en parallèle des grandes fondations des musées d'ethnographie, amorcées dès la fin du XIX^e siècle: elles ont donc pour caractéristique de flouter la séparation entre les productions scientifiques émanant de l'université et celles émanant du musée. Ce brouillage nous rappelle la complexité de la distinction même des rôles de chercheur et de conservateur dans le domaine des musées et de la distinction dans les productions littéraires à ce sujet entre les données de première main qui peuvent être considérées comme des sources (des productions par les acteurs en jeu dans le champ étudié) et les productions académiques (la littérature critique). Ce brouillage s'observe à toutes les époques et dans toutes les régions où se développent des musées d'ethnographie: aux États-Unis, Franz Boas propose dans *Primitive Art* une anthropologie des objets ethnographiques en même temps qu'une analyse de leur appartenance ou non au champ de l'art, dans un contexte universitaire autant que muséal, puisqu'il passe par le musée ethnographique de Berlin et est assistant au Musée d'histoire naturelle de New York (Hatoum, 2013; Kalinowski, 2015). Franz Boas n'est pas le seul collaborateur de musée à écrire sur son objet de collection: dès la fondation des musées au XIX^e siècle, Jomard (1831, 1845) ou Siebold (1843) écrivent sur les caractéristiques des objets d'ethnographie et leur appartenance ou non au champ de l'art; cette réflexion se poursuit au XX^e siècle (Gabus, 1975; Jamin, 1998; Rivet, 1936; Van Gennep, 1914 [2005]; Hainard, 1985). Dans un mouvement inverse, de nombreux ethnologues, alors pourvoyeurs des objets de musée, réfléchissent au statut de l'objet et au rôle de l'institution censée les conserver. Ces réflexions se nourrissent d'échanges internationaux et de discussions entre conservateurs et ethnologues, à une époque où aucune frontière nette ne sépare les professions, ni aucun titre ne vient consacrer une formation. Par exemple, Marcel Mauss, titulaire de la chaire d'Histoire des religions des peuples non civilisés à l'EPHE, puis de la chaire de Sociologie au Collège de France, est aussi le co-fondateur de l'Institut d'ethnologie de Paris où seront formés une grande partie des enquêteurs de terrain et des administrateurs de colonies censés rapporter des objets au musée de l'Homme. Il livre un grand nombre de remarques tant sur la collecte d'objets ethnographiques et leur place au musée que sur le statut de l'ethnologie en France et à l'étranger (Mauss, 1994-2008). Il n'est ainsi pas rare qu'un ethnologue participe à fixer les pratiques et à construire la catégorie d'objet ethnographique, et élabore en même temps une réflexion critique sur ces pratiques et sur cette catégorie.

Ce contexte de production des savoirs assez spécifique pèse évidemment sur les sujets de recherche: professionnels de musées et universitaires s'intéressent ainsi beaucoup à l'histoire du musée d'ethnographie en train de

se faire, à la place de ce type de musée et de collections dans la société, mais aussi au lien de cette institution à sa discipline universitaire – l’ethnologie et l’anthropologie. Ce débat se déploie dans le monde francophone, autour du musée de l’Homme (Dias, 1991 ; Dubuc 1998 ; Gorgus 2003), mais aussi en Suisse (Reubi, 2011), dans le monde néerlandophone autour du musée royal de l’Afrique centrale (Corbey, 1999 ; Couttenier, 2005, 2015), germanophone (Penny, 2002) ou anglophone – ces dernières apparaissant avant les autres, dans la lignée des *post colonial studies* et des *critical heritage studies* (Jones, 1993 ; Karp & Lavine 1991 ; Stocking, 1985).

L’artification : le passage de l’objet à l’œuvre

Cette réflexion critique, qui prend donc corps dans un contexte de production des savoirs spécifique, se concentre sur les caractéristiques des objets et sur les critères qui en permettent la définition. Ainsi, ces recherches traitent en parallèle la définition de l’objet de recherche (quelles sont les caractéristiques de cet objet ?) et les enjeux soulevés par ce même objet de recherche (quelles sont les problématiques qui lui sont liées ?). La première question se concentre bien souvent sur l’appartenance ou non de ces objets au champ de l’art et à l’existence d’une catégorie ou d’un courant artistique qui leur est spécifique.

Comme nous le verrons plus en détail dans le premier chapitre, certains de ces objets ont été, à partir d’un moment donné et jusqu’à aujourd’hui, considérés comme des œuvres d’art. Cependant, les critères décidant de cette appartenance au champ de l’art ont été différents dans le temps et selon les pays, compliquant ainsi le système de rationalisation de la catégorie artistique à laquelle ces objets devraient ou pourraient appartenir.

Ce passage de l’objet à l’œuvre peut être théorisé grâce au concept d’artification, largement diffusé en France dans les recherches en socio-anthropologie de l’art par Nathalie Heinich et Roberta Shapiro (2012)²⁵, qui s’applique à tous les objets peu importe leur catégorie artistique (ainsi en va-t-il du design, du *street art*, etc.). Les « arts premiers » – ainsi est

²⁵ Si le terme d’artification revient aux auteures de l’ouvrage du même nom, la notion qu’il véhicule, aussi entendue comme « passage à l’art », est bien antérieure à cette publication : voir par exemple PÉQUIGNOT Bruno, *La question des œuvres en sociologie des arts et de la culture*, Paris, L’Harmattan, 2007, 307 p. ; O’DOHERTY Brian, *Inside the White Cube: the ideology of the gallery space*, San Francisco, Lapis Press, 1976-1981, 208 p.

titré le chapitre consacré aux musées d'ethnographie – sont présentés par Nathalie Heinich et Roberta Shapiro comme un exemple du processus d'artification (2012: 261-266). Pour ces dernières, on peut parler d'artification des objets ethnographiques dès le moment où il n'est plus question d'un goût personnel – comme cela pouvait être le cas lorsque les objets étaient collectionnés par les avant-gardes artistiques parisiennes – mais «*dès lors que la caution et l'argent public sont en jeu*» (2012: 19). Lorsque ces derniers sont impliqués, les responsabilités ne sont plus personnelles – et donc non plus relatives à un goût qui peut être différent selon les individus – mais elles deviennent publiques – et donc relatives à des valeurs. Selon le développement d'Heinich et Shapiro, l'artification des objets ethnographiques induit donc un changement de valeurs, morales, économiques ou esthétiques et n'est possible que par l'entrée de ces objets dans les institutions publiques, les musées en particulier, et par leur lien avec l'argent public.

« Mettre en ordre » l'altérité par les dispositifs expographiques

Les musées jouent donc un rôle crucial dans le processus d'artification et dans la construction de la catégorie artistique à laquelle appartiendraient les objets ethnographiques, en permettant le développement comme le changement de certaines valeurs associées aux objets. Comme l'a analysé Benoît de l'Estoile (2007), la catégorisation induite par l'artification implique une hiérarchisation des objets entre eux et se base sur une mise en ordre spécifique du monde et des Autres²⁶ dans laquelle les musées jouent un rôle prépondérant, notamment via les dispositifs déployés lors des expositions. Benoît de l'Estoile note que les expositions concilient une «*mise en scène*» (une présentation esthétique et plaisante des objets), une «*mise en ordre*» (une proposition de classement) et une «*mise en forme du monde*» (la matérialisation de cette vision du monde) (Estoile, 2007: 22).

²⁶ Le terme «*Autre*» est ici repris de ses usages dans la littérature évoquée et ne désigne en aucun cas une catégorie analytique objective et réifiée. C'est pourquoi, dans la suite de ce chapitre, il est systématiquement employé avec une majuscule, de façon à rappeler au lecteur que cette catégorie est tributaire de l'ouvrage auquel il est à chaque fois fait référence, à savoir dans la majorité des cas, *Le Goût des Autres* de Benoît de l'Estoile.

L'importance des dispositifs d'expositions dans la diffusion et l'appropriation des objets n'a pas été analysée seulement du point de vue anthropologique, mais a aussi été abordée par les recherches concernant les expositions en général, qui se sont développées en muséologie et en sciences de l'information et de la communication. Ces dernières proposent de considérer l'exposition comme un média et un «*acte de langage, un texte, une écriture, avant d'être quelque chose de visuel*» (Mariaux, 2015 : 30). Dans cette perspective, l'objet est considéré comme un signe, et l'exposition comme un assemblage de signes transmettant une signification (Davallon, 1986). L'exposition a ainsi pour caractéristique d'être un processus dynamique, mais peut aussi être envisagée comme un résultat en elle-même, un tout fini et cohérent, qui peut même être considéré comme une œuvre d'art à part entière (Bawin, 2014). Cette perspective met en évidence le caractère non seulement médiatique de l'exposition, puisqu'elle transmet un message, mais aussi son potentiel à créer elle-même un propos et du sens : l'exposition est une écriture. La métaphore de l'écriture et de l'objet signe ou mot est la base de la réflexion de Jacques Hainard et Marc-Olivier Gonseth sur la muséologie de la rupture développée au Musée d'ethnographie de Neuchâtel :

«J'en conclus que le musée n'est rien d'autre qu'un grand dictionnaire ! [...] Un dictionnaire qui définit et analyse des objets jouant eux-mêmes le rôle de mots. En tant qu'exposant, muséographe ou scénographe, notre travail consiste à raconter une histoire avec des objets. Autrement dit, nous produisons un discours.» (Gonseth, Hainard et Kaehr, 2005 : 369)

Comme le stipulent leurs principes d'exposition, sont concernés par cette mise en discours, non seulement les objets, mais tous les éléments exposés : texte, image, son, etc. Cet élargissement de la catégorie d'objet exposé, intégrant en son sein tous les types d'éléments proposés à la vue ou à la compréhension du visiteur, a été conceptualisé par Desvallées²⁷ au travers de la notion d'«*expôt*», traduisant le terme anglais *exhibit* utilisé par Duncan Cameron (1968). Suivant la métaphore de la langue, l'expôt est à l'exposition ce que le phonème serait à la phrase. L'exposition a donc pour caractéristique de faire acte de langage et de transmettre un message en même temps que d'en être un. Ce paradoxe se complexifie encore si l'on considère que l'exposition crée du sens, mais modifie aussi le sens des objets présentés : l'exposition dépouille l'objet du contexte dans lequel il baignait avant son arrivée au musée pour lui en attribuer un autre. Ainsi,

²⁷ DESVALLÉES André, «Cent quarante termes muséologiques ou petits glossaire de l'exposition» in : DE BARY Marie-Odile, TOBELEM Jean-Michel (dir.), *Manuel de muséographie*, Biarritz, Séguier, 1998, p. 223.

l'objet ne meurt pas en entrant au musée : il est investi d'un nouveau rôle et d'un nouveau sens, notamment grâce à la muséographie.

La contribution majeure à ce sujet reste très certainement celle de Brian O'Doherty, dont les essais sur le *white cube* ont montré à quel point l'espace d'exposition – au sens large, incluant la *gallery* et donc les espaces commerciaux – pouvait être porteur de sens, comme l'explicite d'ailleurs le titre de l'un de ses essais : « Le contexte comme contenu » (O'Doherty, 1976-1981). Pour O'Doherty, davantage que de créer du sens, le contexte peut même déterminer ce qui est art de ce qui ne l'est pas et être le moteur du « passage à l'art » :

« L'espace neutralisé, hors du temps et de l'espace, est le "médium alchimique" où toute marque inscrite sur cette surface sous tension qu'est le tableau prend sens. Il est l'"en puissance" de l'art. C'est cette dimension inchoative qui lui confère son caractère "sacramental" : il "artifie". » (O'Doherty, 1976-1981 : 8)

Outre une analyse de la conception et de la réception des expositions, nombreux ont été les auteurs à proposer des outils pour l'analyse de l'exposition elle-même. L'apport majeur de ces recherches consiste très certainement à considérer l'exposition comme un dispositif, comme l'ont fait Cécilia Hurley-Griener et François Mairesse (2012)²⁸. Reprenant la définition foucauldienne du dispositif²⁹, résumée par Giorgio Agamben dans son essai *Qu'est-ce qu'un dispositif?* (2007)³⁰, Mairesse et Hurley-Griener insistent sur la dimension de pouvoir présente dans la mise en scène muséale et mettent en avant le système et la structure que le dispositif traduit, insistant sur le fait que les dispositifs « *garantissent des relations d'autorité* » (Mairesse et Hurley, 2012 : 27). Cet élément est crucial dans la compréhension des musées d'ethnographie et des objets ethnographiques, et permet de ne pas faire l'impasse sur les enjeux

²⁸ Pour une analyse plus exhaustive de cet article majeur de la recherche sur les expositions, voir le développement que j'en fais dans ma thèse p. 57), disponible en ligne sur HAL : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02172258>.

²⁹ Pour rappel, selon Foucault, (*Dits et Écrits : 1954-1988*, Paris, Gallimard, 1998, p. 299), le dispositif est « *un ensemble résolument hétérogène comportant des discours, des institutions, des aménagements architecturaux, des décisions réglementaires, des lois, des mesures administratives, des énoncés scientifiques, des propositions philosophiques, morales, philanthropiques, bref du dit aussi bien que du non-dit... Le dispositif c'est le réseau qu'on tisse entre ces éléments* ».

³⁰ Synthétisée en cette proposition : « *J'appelle dispositif tout ce qui a, d'une manière ou d'une autre, la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants.* » (AGAMBEN Giorgio, *Qu'est-ce qu'un dispositif?*, Paris, Payot & Rivages, 2007, p. 13)

politiques forts de ces musées et de leurs expositions : il s'agit de savoir comment donner sens à l'altérité, des pratiques qui ont participé à classer et à ordonner les objets ethnographiques et donc à construire la catégorie à laquelle ils appartiennent aujourd'hui. Ainsi, l'ouvrage fondamental édité par Ivan Karp et Stephen Lavine, *Exhibiting cultures* (1991), rappelle que l'exposition présente la vision de son concepteur et que celle-ci est le terrain de contestations et de compromis entre différents acteurs. Cependant, ils soulignent que, dans le cas des expositions d'objets ethnographiques, les enjeux politiques sont amplifiés et parfois extrêmement sensibles : « *Decisions about how cultures are presented reflect deeper judgment of power and authority.* »³¹ (Karp et Lavine, 1991 : 2)

C'est surtout la réflexion de James Clifford, développée dans *The Predicament of Culture* en 1988, qui m'intéresse ici. Dénonçant la construction de l'Autre par l'ethnologie, mais aussi par le musée d'ethnographie, Clifford place le média employé au cœur du problème : qu'il s'agisse de l'écriture pour l'ethnologie ou de l'exposition pour le musée, ce média traduit la vision de son producteur et permet des effets de style ou d'interprétation. Ces assertions amorcent une rupture avec l'autorité ethnographique et déconstruisent le discours scientifique considéré jusque-là comme vrai et légitime au profit de l'expérience personnelle, de l'interprétation, de la polyphonie et du dialogue : « *Le temps est révolu où des autorités privilégiées pouvaient systématiquement "donner une voix" (ou une histoire) aux autres sans crainte d'être contredites.* » (Clifford, 1996 : 15)

Envisager le musée comme fenêtre sur les représentations de l'altérité, analyser comment la diversité est donnée à voir, c'est aussi le travail qu'a fait Benoît de l'Estoile (2007b) en mettant en exergue le changement de discours visible dans l'évolution du dispositif entre le musée de l'Homme et le musée du quai Branly – Jacques Chirac. De façon plus générale, des typologies des expositions d'objets ethnographiques ont été opérées à plusieurs reprises³² : elles mettent en exergue une tension permanente

³¹ « *Les décisions sur la façon de présenter les cultures reflètent un jugement plus profond du pouvoir et de l'autorité* » (traduction de l'auteure).

³² Par exemple, par Sally Price (*Primitive art in civilized places*, Chicago & London, University of Chicago Press, 1991, 145 p.) qui dégage quatre modèles, basés sur les qualités formelles, le lien à la communauté d'origine, le lien au passé ou l'emphase sur la rencontre entre les hommes ; par Benoît de l'Estoile (*Le goût des Autres...*), qui élargit cette typologie aux musées (le musée des cultures, le musée « politique » et le musée des arts) ; par Nathalie Heinich (« Les arts premiers »...) qui reprend cette typologie ; ou par Marc-Olivier Gonthier et Jacques Hainard dont l'exposition « Le musée cannibale » proposait huit types d'expositions d'objets ethnographiques (voir GONTHIER Marc-Olivier, HAINARD Jacques, KAEHR Roland, *Le Musée cannibale*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie de Neuchâtel, 2002, 295 p.).

et récurrente entre les dimensions pédagogique et divertissante du musée, tension qui se retrouve de façon prégnante dans le cas du musée d'ethnographie. De façon générale, les chercheurs soulignent la difficulté que rencontrent les musées, voire l'impossibilité, à concilier la « belle exposition » avec une narration, une transmission d'informations ou un positionnement politique (Alpers, 1991 ; Duncan, 1991), favorisant généralement une option au détriment des autres, alors même que l'objet présenté porte en lui une multiplicité de sens et de dimensions.

Les choix opérés par les concepteurs d'exposition dans la présentation, de même que les choix d'interprétation faits par les visiteurs, ont été conceptualisés comme autant de « *modes d'appropriation* » par Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini qui développent ce concept dans *L'Art en transfert* (2015). Elles proposent d'utiliser le concept d'appropriation pour prendre acte de la production d'endogénéité à partir d'exogénéité ; cette acception permet d'envisager l'appropriation de façon plus globale et non plus seulement au prisme du colonialisme, et de réaliser ainsi que cette « *tendance à réinterpréter l'exogène pour le rendre pleinement sien constitue un fait universel* » (Derlon et Jeudy-Ballini, 2015 : 12). Pour ces dernières, l'appropriation permet de décrire un mode de relation (Derlon et Jeudy-Ballini, 2015 : 21), et en ce sens l'exposition d'objets ethnographiques – envisagée tant comme un processus que comme une œuvre à part entière – peut être considérée comme un mode parmi d'autres d'appropriation de l'altérité : une façon de créer de l'endogène à partir de l'exogène, mais aussi de (re)sémantiser les objets.

Modalités d'enquête et posture de recherche

Le développement de ces concepts nous montre qu'un grand nombre de disciplines peuvent être mobilisées dans cette recherche : anthropologie, économie, sciences de l'information et de la communication, etc. Il est donc important de souligner quelques points sur les modalités d'enquête et d'analyse de ce travail, à commencer par les disciplines dans lesquelles il s'inscrit et les définitions desdites disciplines, qui ne font pas forcément consensus.

Ce sont la socio-anthropologie de l'art et la muséologie qui ont constitué le cadre de la réflexion théorique de cette recherche et qui ont aussi présidé aux choix méthodologiques du déploiement de l'enquête. J'ai défini ce cadre par quatre éléments importants : la méthodologie, l'objet, l'approche et les objectifs.

La méthode

Au centre de la méthodologie adoptée dans cette recherche se trouve l'entreprise de description. Celle-ci s'opère sur un objet qui, selon l'approche envisagée, relève de l'art au sens où il est considéré comme tel par les acteurs d'un champ donné à un moment donné. L'emploi du terme « *champ* » peut surprendre, notamment dans le domaine artistique où celui de « *monde* » tel que l'avait théorisé Howard Becker (1988) s'est très largement répandu. J'emploie ici le terme de champ afin de souligner non uniquement les réseaux de coopération, comme l'entendait Becker en parlant de monde, mais aussi les conflits à l'œuvre entre les acteurs à l'intérieur du champ, d'une part, et entre les différents champs, d'autre part. En effet, ces actions et interactions coordonnées ou en conflit produisent un ensemble de normes et de principes propres à chaque champ. Comme nous le verrons, le champ qui nous concerne est caractérisé par des conflits et des oppositions âpres ; il est un lieu non seulement où se tissent les convictions partagées, mais aussi où s'affrontent des acteurs pour des positions dominantes et il est fréquemment mis en lien et en perspective avec d'autres domaines artistiques. Ainsi, le terme de champ a été préféré à celui de monde, jugé trop homogénéisant et enfermant : les frontières du champ de l'objet ethnographique, comme nous le verrons, sont largement poreuses. Le champ étudié est celui des musées se définissant ou considérés par le public, la presse ou la communauté scientifique comme d'« ethnographie » et celui des marchands se définissant ou considérés par le public, la presse ou leurs paires comme « d'art non occidental, d'art premier, d'art africain ou d'art océanien ».

Ce champ donné est limité géographiquement et temporellement. Tout d'abord, l'espace est circonscrit à la France, la Belgique, et plus particulièrement à leur capitale, Paris et Bruxelles. Ce choix s'est fait premièrement sur la base des considérations émiques des acteurs : l'histoire du champ telle que racontée par les acteurs concernés met souvent en exergue la place importante de Paris et de Bruxelles tant dans le commerce des pièces (les villes connaissent toutes deux une concentration de marchands d'art africain et océanien importante et localisée dans des quartiers précis), que dans le processus de reconnaissance et d'institutionnalisation de cet art. Ce choix se justifie aussi par rapport à l'historique du marché et du développement des musées d'ethnographie dans ces régions. Les statistiques effectuées par Estelle Fossey (2011 : 321-324 et 474) et par Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008 : 30-31) montrent que la

majorité des collectionneurs d'art africain résident à Paris, puis en Suisse et en Belgique. En Europe, la France, la Suisse et la Belgique concentrent donc à elles trois non seulement une grande partie des collectionneurs, mais aussi des objets ethnographiques et des musées aux collections ethnographiques, une répartition sur laquelle je reviendrai dans la sociographie consacrée aux marchés de l'art (chapitre 2).

Cette configuration a plaidé pour une recherche multisite – à comprendre comme un terrain impliquant différents lieux, et non comme le même terrain sur différents sites. Celle-ci est particulièrement pertinente quand, comme dans ce cas, la recherche a aussi pour objectif de mettre en évidence la structure des réseaux d'échanges, les collaborations et les concurrences entre les différents espaces. Elle permet ainsi de pointer les connexions entre ces lieux, les mouvements et la mobilisation de l'un ou l'autre lieu dans l'autre. Le terrain est ici envisagé comme un ensemble de situations à positionner les unes par rapport aux autres, et non comme des sites fermés entrant parfois en connexion.

La production des données s'est caractérisée par un terrain ethnographique limité temporellement, amorcé par une série d'investigations préparatoires en 2013 et clôturé fin 2016. Aucune analyse proposée ici ne concerne donc des données produites après le 31 décembre 2016. Cette méthode qui correspond le mieux aux caractéristiques du champ s'est composée d'observations simples, d'observation participante et d'entretiens³³ : au vu de la sensibilité du sujet, des multiples références internes et des enjeux implicites, le terrain ethnographique a permis d'être « *au plus près des situations naturelles des sujets – vie quotidienne, conversations – dans une situation d'interaction prolongée* » (Olivier de Sardan, 1995 : 73), révélant des anecdotes, des problématiques et des sensibilités qu'aucune enquête par questionnaire n'aurait pu effleurer. La production des données grâce à une enquête de terrain a donc généré des connaissances qui ne peuvent être séparées de leur contexte de production : les observations de leur contexte de description, les entretiens de leur contexte d'énonciation.

Ce terrain a pris en considération les différents acteurs qui composent la médiation des objets et qui, s'ils sont englobés dans les termes de « musées » et de « marchés », se révèlent en réalité beaucoup plus diversifiés que cela. Il convient d'éviter une schématisation, celle de la dichotomisation entre institutions muséales et marchands. En effet, si cette

³³ Pour le détail de ces méthodes, les canevas d'entretiens ainsi que la liste des situations observées, se référer à l'annexe 1.2 « Le terrain ethnographique, la production et le traitement des données », p. 369.

séparation est fréquemment mobilisée dans l'histoire du champ, il serait malavisé de la réemployer ainsi, car différents acteurs structurent chaque catégorie. J'ai ainsi identifié quatre acteurs majeurs dans la relation entre les musées et les marchés de l'art : les institutions muséales, les galeries, les maisons de ventes aux enchères et les marchands sans espace fixe de monstration (une galerie, par exemple) communément appelés « à la sauvette ». Chacun de ces acteurs revendique et négocie une place dans le champ, et toute modification de stratégie de l'un peut entraîner des changements ou repositionnements des autres. Ma recherche se base donc sur un échantillon de chacun de ces groupes d'acteurs dans chaque espace géographique défini ci-dessus³⁴. L'objectif étant de se focaliser sur les hommes (au sens d'êtres humains, même si nous verrons qu'étudier le domaine au prisme du genre dans ce domaine n'est pas inintéressant³⁵) et non les objets, la méthode adoptée est profondément compréhensive, partant des considérations émiques des acteurs rencontrés, accordant une large place au contexte et à l'observation des actions en situation. Cette méthode a pour conséquence concrète dans ce travail de renvoyer fréquemment aux propos des gens en usant largement des citations.

Le premier élément caractéristique du cadre disciplinaire mobilisé dans cette recherche est donc la méthode, fondamentalement descriptive et compréhensive.

L'objet de recherche et l'approche

Le deuxième élément caractéristique du cadre disciplinaire retenu est l'objet de recherche, soit des objets en circulation entre les marchés et les musées. Ces objets sont considérés comme les résultats d'une activité intellectuelle, faite de représentations individuelles et collectives, exprimée par et dans un médium à un moment historiquement et socialement situé. Cette dernière caractéristique considère alors implicitement qu'« *une chose puisse fonctionner comme œuvre d'art en certains moments et non en d'autres* » (Goodman, 1977 : 90). Cette approche tient ainsi compte autant des objets que des systèmes d'actions et de représentations autour de ceux-ci. Elle envisage en outre autant l'objet comme fait par le social que le social

³⁴ Pour une description détaillée des acteurs, leur définition et la liste complète des galeries, musées et maisons de ventes de cette enquête, voir l'annexe méthodologique.

³⁵ Voir chapitre 2, p. 170.

fait par l'objet. L'objet permet de saisir les représentations individuelles et collectives de la réalité, une approche que l'on retrouve aussi dans la muséologie où l'objet est un élément du champ muséal, médium du rapport entre l'homme et la réalité³⁶. Ainsi, par ces approches, les deux disciplines nous font toucher à une forme d'anthropologie de la connaissance, transversale à la socio-anthropologie de l'art et à la muséologie.

Les objectifs de la recherche

Au-delà des musées et des objets, de l'analyse des valeurs conférées aux objets, des savoirs transmis et véhiculés à leur propos et des dispositifs développés pour et par eux, il s'agit dans cette recherche d'interroger nos rapports aux notions de réalité et d'altérité, leurs changements et transformations et la gamme de pratiques développées en lien avec ces conceptions. Bien entendu, ces représentations peuvent être appréhendées comme des formes de fiction(s) produites par l'homme pour discipliner son environnement. L'étude de ces fictions est au centre de cette recherche, aussi bien celles construites autour des objets que celles produites par les expositions du côté des institutions muséales et celles produites par les récits ethnographiques, tel que l'ont montré les analyses postmodernes en anthropologie.

L'objectif de cet ouvrage est donc de mettre en pièce ces fictions : on étudiera celles élaborées sur divers sujets, et notamment les trajectoires des objets entre les marchés de l'art et les musées d'ethnographie, les projets qui sous-tendent les différentes institutions muséales concernées, le rôle et les perspectives du musée d'ethnographie aujourd'hui, ainsi que ceux des intermédiaires du champ comme tous deux acteurs de la construction de la valeur des objets et de voir cette dernière comme le résultat d'une relation, qu'elle soit de l'ordre de la collaboration ou de l'opposition : il s'agit non

³⁶ Dans les années 80, des chercheurs du Bloc de l'Est, dont Zbyněk Stránský et Anna Gregorova, proposent de renverser le paradigme muséologique : selon ces derniers, la muséologie n'a pas pour objet le musée, mais un rapport spécifique de l'homme à la réalité, dont le musée ne serait qu'une émanation (voir GREGOROVA Anna, « Museology – Science or just practical museum work? », *MuWop* 1, 1980, pp. 19-21 et STRÁNSKÝ Zbyněk, « Museology – Science or just practical museum work? », *MuWop*, 1980, pp. 42-44.). Ce qui est concerné ici n'est plus seulement le musée en tant qu'institution, mais le champ muséal, envisagé comme « une forme spécifique de notre relation à la réalité » (DELOCHE Bernard, *Museologica : contradictions et logique du musée*, Lyon, Institut interdisciplinaire d'études épistémologiques, 1985, p. 84). Pour une réflexion plus détaillée sur ce paradigme et ses conséquences notamment méthodologiques, voir la partie consacrée dans ma thèse disponible en ligne sur HAL : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02172258>, p. 85.

de comprendre les principes esthétiques d'une culture donnée, mais de cartographier les relations nouées autour d'objets définis, de comprendre les réactions des agents sociaux devant ces objets ainsi que les principes mobilisés pour définir et légitimer ces réactions.

Les objets en eux-mêmes ne sont donc finalement que peu les acteurs principaux de ce travail ; ce sont les hommes impliqués dans des relations avec ces objets qui ont eu toute mon attention, car comme le rappelait Raymonde Moulin (1967 : 9) : « *Le plus vieux problème de l'économie, celui de la détermination des prix, exige que soient décrits, au-delà de l'homme économique abstrait, des hommes concrets.* » Ce travail décrit ces protagonistes, leurs relations et leurs échanges, leurs pratiques et les représentations qu'ils mobilisent autour des objets dits ethnographiques pour comprendre la valeur accordée à ces derniers. Ce sont donc les êtres humains – historiens de l'art, conservateurs de musée, ethnologues et anthropologues, marchands, commissaires-priseurs, critiques, collectionneurs, publics – dans leur diversité et leur complexité, qui ont constitué l'objet d'étude de cette recherche.

Exposer la part de subjectivité de sa recherche : illustrations et exemples

Aucune recherche ne peut s'affranchir d'une forme de subjectivité. Cependant, si elle ne peut être complètement annihilée, elle peut être soumise à une forme d'objectivation (Bourdieu, 2003). Ce moment réflexif, nécessaire à toute appréhension des résultats de recherche, porte sur plusieurs points : les observés (leurs attentes, leurs rôles, etc.), l'observateur (son intérêt, son parcours, etc.), l'histoire racontée (le style, l'écriture adoptée, etc.) ou la prise en compte du destinataire du texte de recherche (le lecteur étant impliqué dans sa propre reconstruction de l'histoire). Il s'agit non d'effectuer une introspection excessive, mais de saisir les situations et connexions qui ont induit tel processus de *traduction* (Callon, 1986 ; Sluka et Robben, 2012) plutôt que tel autre et de donner au lecteur les outils pour appréhender et résister certains biais. La méthode exposée ci-après appelle des réflexions sur ma propre implication dans la recherche et sur les problèmes rencontrés au fil du terrain, qui se séparent en deux grandes problématiques : d'une part, la sensibilité du sujet traité par ma recherche (les liens entre argent et culture) et les liens que j'ai entretenus avec les acteurs de mon terrain, d'autre part. Ces deux problématiques sont traitées dans deux encarts réflexifs ci-après reposant sur des anecdotes vécues sur mon terrain de recherche, à lire en parallèle de la réflexion théorique et de la méthodologie présentées dans les pages qui suivent.

1. Un sujet « sensible » : l'impact de l'histoire des (re)configurations muséales sur cette recherche

Étudier le marché de l'art africain et océanien ainsi que les musées d'ethnographie en France, en Belgique et en Suisse amène forcément à croiser la route d'enjeux de société forts, tels que le pillage des biens culturels, la restitution des objets ou les circuits illégaux d'arrivée des objets. Cependant, ce ne sont pas ces thématiques qui ont eu le plus fort impact sur ma position dans le champ ainsi que sur les rapports entretenus avec les différents acteurs, mais plutôt la restructuration du paysage des musées d'ethnographie dans les pays concernés, d'une part, et la dichotomisation des positions entre esthétisants et ethnologues, d'autre part. Plusieurs exemples sont présentés ici, sur la base d'histoires, d'anecdotes ou de propos tenus sur mon terrain de recherche par les acteurs rencontrés.

La place de l'émotion sur le terrain

Anecdote 1 : « C'étaient mes objets » (Paris, 16 février 2016)

Lors d'un entretien avec un chercheur du musée de l'Homme, nous évoquons l'histoire de l'institution. C'est une personne que j'ai rencontrée plusieurs fois et avec laquelle j'entretiens de bons rapports. L'entretien n'est pas enregistré. Nous en venons à parler du départ des collections au musée du quai Branly – Jacques Chirac. Il me dit alors, très ému, « *C'était horrible. Ces gens en blouse blanche, silencieux, qui sont venus et ont tout pris. C'étaient mes objets* » et commence à pleurer.

L'espace géographique et temporel pris en compte dans cette recherche se caractérise par une transformation du paysage des musées d'ethnographie. Le champ étant relativement réduit, les différents acteurs concernés de près ou de loin par ces transformations ont entretenu des contacts réguliers, ont observé ce sur quoi leurs collègues travaillaient, ont créé des réseaux et se sont interrogés parfois très longuement et très profondément sur la pertinence ou l'adéquation de leur projet. Cette reconfiguration du paysage muséal n'a pas échappé à de profondes remises en question, dont l'origine tient très certainement en partie aux réactions suscitées par la première reconfiguration muséale dans le champ de l'ethnographie : la création du musée du quai Branly – Jacques Chirac en France a suscité un très grand débat tant scientifique que populaire au début des années 2000. Vu de l'extérieur, ce projet n'est rien de plus que la création d'un nouveau musée par le président de la République en cours : à la suite du musée du quai d'Orsay par Valéry Giscard d'Estaing, du projet du Grand Louvre par François Mitterrand, du Centre national d'art et de culture de Georges Pompidou, Jacques Chirac s'attelle à son grand chantier muséal. Cependant, vu de l'intérieur, ce projet est l'histoire de tensions, de conflits, d'enjeux personnels et professionnels bousculés

ou déployés ; il a mobilisé des registres de valeurs importants et suscité un grand nombre de confrontations, étalées dans le temps, de l'ouverture du Département des arts d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques au Louvre en 2000 à l'ouverture du musée entièrement consacré à ces derniers en 2006.

Comme le montre l'anecdote mise en exergue en tête de cet encadré, ce projet a laissé son empreinte sur les acteurs du milieu concerné. Bien que plus de dix années se soient écoulées depuis l'ouverture du musée du quai Branly – Jacques Chirac, et plus de quinze depuis l'ouverture du pavillon des Sessions du Louvre, les émotions sont parfois toujours fortement présentes et les rancunes tenaces. En dehors des tensions entre les différentes positions professionnelles, politiques ou épistémologiques, certains acteurs ont parfois été touchés très personnellement par cette reconfiguration muséale. Cette émotion a imprégné le milieu et marqué durablement toutes les initiatives semblables qui ont suivi, en France et à l'étranger et ne peut être ignorée dans un tel travail de recherche. C'est pourquoi la méthode du terrain ethnographique a été particulièrement pertinente dans cette recherche : elle a permis de tisser des relations durables et de confiance avec les acteurs et d'instaurer un climat de bienveillance. Cependant, elle implique que les entretiens et observations effectuées ne peuvent être séparés de cette relation de confiance et ne peuvent être compris indépendamment du contexte de leur production (qui l'a dit, quand, sur quelles questions, dans quelles modalités relationnelles, etc.).

Les tensions entre les différentes positions professionnelles

Anecdote 2 : « Je n'ai rien à vous dire » (Paris, 10 septembre 2015)

Lors d'un entretien avec un conservateur du musée, j'expose mon sujet de recherche. Il s'exclame alors vivement : *« Le marché de l'art ? Je n'ai rien à vous dire, les musées n'entretiennent pas de relation avec les marchands. »*

Remarquant le catalogue du salon Parcours des Mondes sur son bureau, je lui demande alors s'il a visité la foire. Il me répond positivement.

Parmi les accusations qui ont été portées au projet du musée du quai Branly – Jacques Chirac et les thématiques qui ont été débattues à la suite de ce projet, l'intrication entre volonté privée et projet d'État ainsi qu'entre intérêts marchands et intérêts publics a marqué durablement le milieu. Si le rapport entre culture et argent n'a aujourd'hui plus rien de tabou, il reste, notamment au sein de certaines professions de musée, un sujet sensible. Comme en témoigne l'anecdote ci-dessus, les relations ne sont pas toujours clairement conscientisées ou assumées et de nombreux conservateurs de musée m'ont fait état – explicitement ou en filigrane – d'une limite parfois spécifique à la France (pour des raisons administratives, historiques, etc.).

La problématique de recherche traite entre autres de ces rapports ; ainsi, le terrain de ma recherche est marqué par ces événements et débats (comme le résumant bien Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2001)) et qui se sont cristallisés autour de deux pôles communément réduits aux esthétisants d'un côté et aux ethnologues de l'autre. Ma recherche s'est donc déployée sur cette carte, schématiquement séparée entre deux parties. Cette catégorisation était appliquée, consciemment ou non, par tous les acteurs à tout nouveau venu sur le terrain. Au vu de mon parcours (une formation en ethnologie) et de mon expérience (une expérience professionnelle en musée d'ethnographie), j'ai été régulièrement rangée du côté des institutions muséales. Cependant, cette place et mon rôle dans le champ se sont révélés beaucoup plus complexes au fil de mon terrain.

2. Les liens entretenus avec les acteurs sur le terrain

L'impact personnel sur l'objet de recherche et la bipartition « esthétisants » – « ethnologues » :

Anecdote 3 : le chercheur zone de contact (Bruxelles et Neuchâtel, janvier 2015)

Un de mes interlocuteurs privilégiés dans le monde des galeries, apprenant que je travaille au Musée d'ethnographie de Neuchâtel, s'exclame : « *ah ! Mais je connais quelqu'un là-bas, un jeune ethnologue que j'ai rencontré aux Philippines lorsque je collectais des objets... !* » Essayant d'en apprendre davantage, je comprends qu'il s'agit aujourd'hui d'un des conservateurs du musée. Je vois que ce galeriste est ému et heureux de se remémorer cette rencontre et nous évoquons alors ses voyages passés en Indonésie. Rentrée à Neuchâtel, j'apprends en discutant avec le conservateur que le galeriste lui a écrit un petit mot et l'a invité à le revoir lors d'une foire d'art.

Cette anecdote montre comment, par ma présence sur le terrain, un conservateur de musée et un galeriste ont repris contact, contacts qui sont justement l'objet de ma recherche ; elle montre que le chercheur ne peut être totalement transparent sur son terrain et qu'il impacte, d'une manière ou d'une autre, son enquête.

Si, par mon parcours et mon expérience, certains acteurs ont eu tendance à me ranger du côté des institutions muséales, la spécificité de ma recherche et mes contacts répétés avec les milieux du marché de l'art ont mis en avant ma position d'intermédiaire. Ainsi, j'ai souvent fait figure de chaînon entre les deux partis qui y trouvaient tous deux des avantages certains : sans abandonner leur jeu de représentation d'appartenance à l'une ou l'autre catégorie, chacun

avait la possibilité, grâce à mon intermédiaire, d'entrer en contact avec l'autre ou de tenter d'obtenir des informations. Ce sont ces deux éléments qui ont constitué le cœur des contrats implicites ou explicites passés avec les différents interlocuteurs. La dernière conséquence relative à cette situation d'enquête particulière est le rapport de confiance induit par cette proximité intellectuelle et professionnelle qui entraîne une contractualité – implicite ou non – sur les choses dites et vues, ainsi que sur la façon de les rapporter. Il est cependant important de noter que la contractualité de façon générale n'est pas spécifique à mon terrain d'enquête. Celle-ci fait partie intégrante de la pratique ethnographique et est toujours présente sur le terrain. L'information n'est jamais gratuite, mais « *s'inscrit dans une relation qui prend en compte la position de l'ethnologue* » (Ghasarian, 2006 : 38).

Les contacts ont donc été facilités par les échanges possibles et la dichotomie telle qu'évoquée ci-dessus, entre esthétisants et ethnologues, connaissance intuitive et émotionnelle et connaissance académique clinique, s'est révélée beaucoup plus complexe : de nombreux galeristes et marchands m'ont prouvé leur intérêt pour des considérations plus théoriques et académiques, par exemple, et d'autres segmentations, entre différentes catégories d'acteurs, se sont ajoutées aux précédentes, brouillant cette bipartition simpliste.

Des catégories d'acteurs qui font exploser les préconceptions de l'enquête

Un autre type de différenciation des acteurs était également appliqué : la séparation entre professionnels et non professionnels, ou entre théorie et pratique, que ce soit au sein d'institutions muséales ou au sein du marché de l'art. Selon cette catégorisation, les chercheurs ne sont pas considérés comme ayant une expérience professionnelle pratique et de nombreux acteurs de mon terrain ajoutaient au « savoir clinique » un manque d'expérience pratique, inhérent au travail théorique supposé du chercheur.

Du côté des musées, cette séparation est clairement visible dans la différence faite entre muséologie et muséographie ; force a été de constater, au fil de mon enquête, une considération différente de la part de certains professionnels de musées pour les individus pouvant prétendre à une expérience professionnelle, par opposition à ceux qu'ils considéraient comme uniquement préoccupés par la théorie et des concepts peu applicables en situation concrète ou dans la gestion quotidienne d'une institution muséale.

En ethnologie, cette différence s'est illustrée par une séparation entre les ethnologues conservateurs de musée et les ethnologues chercheurs à l'université : les premiers ont très souvent insisté sur le contact accru qu'ils entretenaient avec les objets, par opposition à un intérêt focalisé davantage sur les relations ou les groupes sociaux pour les chercheurs, ou sur leur intérêt

marqué davantage pour des études géographiques – souvent imposées par la séparation des départements des musées d’ethnographie, historiquement constitués par zones géographiques – par opposition à des recherches plus transversales ou thématiques pour les chercheurs d’université. Concrètement, cette situation a parfois amené certains conservateurs de musée à ne pas considérer ma recherche comme un terrain ethnographique, celle-ci ne s’intéressant que peu aux objets, et pas du tout à un groupe social tel que traditionnellement étudié par l’ethnologie. Cette situation se complexifie encore si l’on considère le fait que dans tous les cas, ma recherche implique d’employer une approche ethnographique face à des acteurs eux-mêmes en grande majorité ethnologues, ou une approche muséologique face à des acteurs eux-mêmes souvent muséologues ou muséographes. En effet, que ce soit dans le monde des marchés ou dans celui des musées, la plupart des acteurs de mon terrain connaissent les méthodes de l’ethnologie, l’histoire de la muséologie, les enjeux scientifiques ou professionnels autour de telles recherches, etc. Ils font partie du champ étudié, mais produisent eux-mêmes une réflexion critique sur leur monde, leurs pratiques et leurs représentations ; ils ont parfois un recul et une réflexivité très importante. Sur ce terrain, ils ont été parfois experts, parfois sources d’informations, parfois acteurs à observer, lors du même entretien ou de la même situation.

Cette situation amène à considérer deux éléments importants : premièrement, la complexité d’une cartographie du terrain, qui, considérée dans un premier temps comme une simple opposition dichotomique, s’est révélée un rhizome plus complexe d’influences et d’identités composées de plusieurs strates, différentes selon les expériences, les formations et les situations institutionnelles. Deuxièmement, ce brouillage des catégories d’acteurs implique de considérer quelle influence cette situation a pu avoir sur l’enquête, les entretiens et la récolte de données de façon générale. Ma place sur le terrain a donc été marquée par un paradoxe entre proximité des lieux d’enquête et étrangeté des situations, mais aussi par mon rôle en tant qu’intermédiaire entre différents segments du champ. Cependant, cette place ne peut se résumer en une simple passerelle entre deux partis opposés, mais constitue davantage un point de contact sur une toile complexe où les sources primaires et secondaires se confondent et où les individus principaux sont à la fois acteurs et chercheurs, producteurs de pratiques et de discours et récepteurs critiques dans un champ composé d’enjeux brûlants où le chercheur est souvent pris à parti.

Les acteurs et leurs relations avec l'enquête

Anecdote 4 : « Mais vous le savez bien ! » (Paris, 25 février 2016)

Lors d'un entretien avec un responsable d'exposition temporaire, nous évoquons le dispositif d'exposition. Mon interlocuteur connaît mon parcours académique et professionnel. M'intéressant aux textes, je lui pose différentes questions concernant le procédé d'écriture des cartels et textes d'exposition. Son étonnement est important et il me répond sans développer : « *Mais vous le savez bien, comme pour toutes les expositions !* »

Une des caractéristiques de ce terrain d'enquête réside dans la proximité que j'ai entretenue avec les acteurs impliqués ; une proximité géographique, d'une part, mais aussi professionnelle et intellectuelle, d'autre part, impliquant une proximité linguistique.

Les lieux d'enquête ont en effet été identiques à mes lieux de résidence et de travail en dehors de l'activité de recherche et je n'ai été confrontée à une autre langue que ma langue maternelle qu'au Musée royal de l'Afrique centrale et ce pour la consultation de certains documents seulement, en néerlandais. Cette situation a appelé à relativiser, au fil de l'enquête, la notion de terrain du « proche », de même que la distance envisagée par certains ethnologues et sur certains terrains, comme paramètre objectivant. Le terrain d'enquête a en effet intégré une « quotidienneté » non strictement dissociable dans l'espace et le temps de la vie journalistique et personnelle. Cette proximité géographique n'a cependant pas empêché des formes d'incompréhension ou une distance avec certains acteurs ou situations, entretenant par conséquent un paradoxe dans l'enquête : les lieux où se déroulait la majorité des actions à observer et où se trouvaient les acteurs à interroger étaient, comparés aux terrains dits classiques de l'ethnologie, relativement proches de mon – ou de mes – lieu(x) de résidence. Cependant, certains règlements du milieu, certains événements, certains langages me restaient étrangers ; je me suis sentie proche des acteurs de mon terrain et de certaines situations que j'ai pu observer, car j'ai évolué dans le même monde professionnel et académique qu'eux et vécu ces situations avec eux. Cependant, je suis parfois restée étrangère à certains codes, car les disparités administratives, institutionnelles et culturelles se révélaient plus grandes qu'envisagées.

Cette situation a eu plusieurs conséquences concrètes sur la méthodologie d'enquête et sur les résultats produits ; premièrement, ma présence continue sur les lieux d'enquête, et la proximité géographique lorsque ce n'était pas le cas, ont permis la multiplication des discussions informelles, ont augmenté ma participation à des événements non programmés en amont ou prévus de longue date et ont ainsi permis de pallier les manques et lacunes des

premières observations ou entretiens. Cependant, cette proximité a aussi eu la conséquence de morceler fortement le terrain ethnographique et a exigé que je sois prête à être rapidement en situation d'enquête, lorsqu'un événement ou un acteur important croisait, par hasard, la route de ma vie quotidienne. Ce morcellement du terrain dans le temps et dans l'espace, s'il a augmenté les observations et données en général, a aussi augmenté les chances d'oublier une information importante ou de manquer de systématique dans les relevés d'observations, notamment lors des débuts de l'enquête.

La proximité a aussi été professionnelle: mes activités aux musées d'ethnographie de Genève et de Neuchâtel, avant et aux premiers temps du terrain d'enquête, ainsi que la proximité au niveau académique avec certains acteurs ont contribué à me rapprocher, explicitement ou non, de certaines familles ou groupes professionnels. Comme pour la proximité géographique, la proximité intellectuelle et professionnelle a offert des facilités: des contacts directs et fréquents avec des gens proches, des contacts indirects ou facilités avec leurs réseaux, des entretiens informels plus fréquents, un accès facilité à des informations considérées comme plus sensibles ou généralement mises de côté, etc. Cependant, elle a aussi posé quelques problèmes, le plus important étant illustré par l'anecdote mise en exergue en tête de ce chapitre. Les pratiques intégrées par les acteurs ont été plus difficilement accessibles, car ces derniers me considéraient comme appartenant à leur champ et donc au fait des logiques sous-jacentes, des sous-entendus et des connaissances de base du domaine. Cette réaction relève d'un phénomène plus général consistant à «mettre en boîte» le chercheur: les acteurs que ce dernier interroge et côtoie le rangent dans une catégorie spécifique et projettent sur lui les qualités relatives à cette catégorie (savoirs, formation, etc.). Cependant, la boîte peut différer selon les interlocuteurs, et les éléments censés être connus ou non varier d'un acteur à un autre.

Chapitre 1

La création d'une catégorie spécifique

Aucun autre terme en anthropologie ou en histoire de l'art ne suscite autant de réticences et de critiques de la part de ceux qui éprouvent le besoin de s'en distancier tout en lui accordant une certaine légitimité.

Sally Price, *Primitive art in civilized places*, 1991

Au centre de l'analyse des relations entre les musées d'ethnographie et les marchés de l'art se trouve un objet³⁷ dont la définition a suscité débats et controverses et continue aujourd'hui d'alimenter une riche littérature. Le champ sémantique et lexical appliqué aux productions matérielles des pays hors Europe et, parfois, Amérique du Sud (mais nous verrons que ce critère géographique n'est de loin pas leur seul dénominateur commun) se décline en français principalement en objet d'art premier, tribal, africain, océanien, primitif, non ou extra occidental ou en objet ethnographique et illustre à lui seul les enjeux inhérents à ce champ particulier dont les contours flous et mouvants ne

³⁷ Pour éviter tout quiproquo, le terme «*objet*» désigne ici et par la suite, selon la définition du TLFi, la «*chose solide, maniable, généralement fabriquée, une et indépendante, ayant une identité propre, qui relève de la perception extérieure, appartient à l'expérience courante et répond à une certaine destination*» (<http://www.cnrtl.fr/definition/objet>, consulté le 5 avril 2018) et l'expression «*objet de recherche*» la problématique explorée dans ce travail.

sont définis que par les contextes géographiques et temporels dans lesquels les acteurs qui en parlent s'inscrivent. Entreprise de classement par excellence, nommer les objets fonde leur catégorisation en définissant des critères inclusifs ou exclusifs. Ces derniers, une fois déterminés, peuvent ensuite être hiérarchisés, modifiés, oblitérés dans certaines circonstances ou faire l'objet d'exception(s). Les termes utilisés pour définir l'objet nous indiquent donc quelle grille de lecture leurs locuteurs mobilisent pour appréhender ces productions matérielles, car le point commun de ces termes très variés réside principalement dans leur flexibilité sémantique, permettant de maintenir une certaine instabilité de la catégorie et de réajuster rapidement la définition au besoin. C'est que cette définition ne correspond pas à une réalité objectivable, mais à la réalité telle que perçue et voulue par les différents acteurs en jeu dans ce champ, et son acception ne prend sens qu'au travers des relations (oppositions, collaborations, échanges) entre les différents locuteurs : l'emploi d'un terme se fait ainsi rarement pour lui-même, mais bien souvent en opposition à un autre, en préférence à un autre ou faute d'alternative satisfaisante. L'objet se voit attribuer une définition et donc un sens différent selon « *le principe de légitimation que l'on entend mobiliser* » (Estoile, 2007b : 93) au moment où il est mobilisé et selon les émetteurs et les destinataires du message. Le lexique utilisé par chaque acteur est représentatif du contexte de son emploi ou des représentations que le locuteur se fait de l'objet (voire des sociétés productrices de cet objet). Cette flexibilité sémantique soulève deux questions pour le présent ouvrage : comment traiter cet objet en tant qu'objet de recherche sans s'appropriier l'un des termes – et donc ses enjeux – plutôt qu'un autre ? Pourquoi certains termes ont-ils pris le pas sur d'autres aujourd'hui et quelles sont leurs problématiques ?

Les chercheurs travaillant sur ce sujet répondent généralement à la première question en plaidant pour l'emploi des catégories émiques, c'est-à-dire des termes utilisés par les acteurs eux-mêmes³⁸ : Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008 : 32), de même que Sophie Cazaumayou (2009 : 25), expliquent employer « art primitif », car c'est le terme utilisé couramment par les collectionneurs et marchands au moment de leurs recherches (mais cette réalité s'est déjà partiellement transformée avec l'ouverture du musée du quai Branly – Jacques Chirac) et Sally Price explique avoir utilisé les termes tels qu'ils apparaissaient dans les discours sans tenter de les

³⁸ Sur la définition et l'usage de l'« émicité » en anthropologie de manière générale, voir OLIVIER DE SARDAN Jean-Pierre, « Émique », *L'Homme* 147, 1998, pp. 151-166.

attribuer à l'un ou l'autre groupe (Price, 1991 : 20). J'ai pour ma part choisi d'emprunter, pour commencer, la même route que les chercheurs précédents en adoptant les catégories émiques des acteurs concernés. Afin de faciliter la lecture, ces termes ne sont pas signalés en italique ; le lecteur est cependant averti que le terme ne désigne pas une catégorie réifiée et objective, mais la réalité du locuteur concerné, variable selon les contextes : il sera bien avisé de se concentrer sur l'émetteur, le destinataire et le contexte d'utilisation de ce terme davantage que sur le vocable lui-même. Par exemple, j'ai utilisé l'expression de «marchés de l'art africain et océanien» pour désigner les galeristes et marchands de mon échantillon de recherche, ce terme étant celui qu'ils emploient majoritairement, quand bien même certains des objets qu'ils vendent proviennent d'Asie ou des Amériques. Le terme d'«objet ethnographique» est celui que j'ai préféré pour désigner le sujet des recherches précédemment effectuées dans ce champ : cette expression ne limite pas les analyses aux objets artistiques et permet de considérer tous les objets – tant les productions considérées comme formellement réussies ou représentatives que les objets du quotidien. Bien que cette expression reste le terme le plus englobant pour amorcer la réflexion à ce sujet, il n'est pas complètement satisfaisant, pour différentes raisons sur lesquelles nous reviendrons au fil de cet ouvrage.

De façon générale, les auteurs s'accordent sur la perte de temps que serait la recherche d'un mot (nouveau ou non) pouvant décrire précisément les catégories d'objets concernés puisque, comme le rappelle Frances Connelly (1995 : 5), «*ce dont nous avons besoin n'est pas de lui trouver des substituts neutres, mais d'admettre qu'il décrit un ensemble d'idées proprement européennes*». Si la réalité s'est encore complexifiée ces vingt dernières années, puisque l'ensemble des idées dont nous parlons ne peuvent plus être considérées comme seulement européennes, le fond de la proposition reste aujourd'hui le même : davantage qu'aux catégories d'objets, c'est aux représentations et aux idées que ceux-ci véhiculent et dont ils sont le support qu'il faut s'intéresser pour comprendre les enjeux qu'elles recouvrent plutôt que les réalités qu'elles décrivent, celles-ci n'étant le produit d'aucune objectivité. Cette conclusion nous amène donc à nous intéresser davantage à la deuxième question : pourquoi certains termes ont-ils pris le pas sur d'autres aujourd'hui et quelles idées et représentations ont-ils véhiculés et véhiculent-ils encore actuellement ?

Pour répondre à cette question, il est nécessaire de ne pas négliger certains aspects historiques, même si ces derniers ont été déjà analysés sous différents angles (Corbey, 1999 ; Corbey, 2000) (bien davantage d'ailleurs

que la situation présente). Il s'agit de souligner les enjeux transversaux qui ont construit cette catégorie au fil du temps, en mettant en lumière les éléments qui ont permis de réunir aujourd'hui sous un même label un ensemble hétérogène d'objets :

1. leur intégration, lors de leur arrivée dans les collections européennes et sur les marchés, dans des systèmes de représentation préexistants et donc dans des catégories artistiques préexistantes ;
2. le processus d'autonomisation, dans un deuxième temps, de cette catégorie particulière ;
3. les pratiques d'accroissement des collections publiques, «l'affinage», par ces pratiques, de la définition de la catégorie concernée et la légitimation par les institutions publiques de ces nouveaux labels ;
4. l'importance du glissement vers le néo-libéralisme qui se déroule en parallèle de ce processus de catégorisation et pèse ainsi sur ses modalités, notamment en influençant les relations entre sphères publiques et privées, entre musées et marchés.

En parallèle d'une compréhension fine du processus d'autonomisation de la catégorie d'objets qui nous intéresse, cette incursion historique nous permettra, en outre, comme suggérait de le faire Raymonde Moulin pour le marché de la peinture (1967: 46) de *«trouver d'une part les racines du présent que nous vivons, d'autre part les exemples auxquels se réfèrent implicitement, dans leurs attitudes et leur comportement, les acteurs aujourd'hui»*.

La création d'une catégorie de marché spécifique

Les objets non européens arrivent en Europe avec les premières découvertes au xv^e siècle: d'abord, les objets des Amériques, comme le manteau de Moctezuma, que l'on a dit rapporté par Hernan Cortes au début du xvi^e siècle et qui est mentionné dans la collection de l'Archiduc Ferdinand II du Tyrol en 1596; puis des objets africains, comme les ivoires commandés par les Portugais en Sierra Leone et en Guinée qui arrivent en Europe dès les xv^e et xvi^e siècles³⁹. Ces objets arrivent de manière régulière avec les expéditions au xvii^e siècle et, en conséquence,

³⁹ Voir par exemple BASSANI Ezio, *Ivoires d'Afrique dans les anciennes collections françaises*, Paris, Actes Sud, 2008, 112 p.

s'intègrent dans les dispositifs de monstration des objets curieux ou déclarés comme dignes d'intérêt de l'époque. Il s'agit majoritairement de cabinets de curiosités (privés) et d'expositions universelles, internationales ou coloniales (davantage publiques). Cependant, le temps de la reconnaissance des objets, à savoir la définition de leur propre catégorie artistique – leur artification –, n'intervient que dans les années 1930, avec les premières expositions en musées, les ventes aux enchères particulières et le développement de galeries consacrées uniquement à ces objets et dirigées par des galeristes spécialisés. Le développement de cette activité se structure majoritairement autour de figures et d'événements dont les noms sont restés aujourd'hui des symboles du champ de l'art africain et océanien. Les évoquer brièvement permet donc de comprendre à la fois les étapes importantes de la structuration du marché et du champ, mais aussi l'impact et le souvenir que leurs actions ont laissés ou inspirent encore aujourd'hui et la façon dont les marchands en particulier durant ces années sont devenus figures de proue et ancêtres mythiques. Quant aux objets eux-mêmes, avant d'atteindre cette étape de la reconnaissance, ils ont dû trouver leur place dans un système de collections et de représentations déjà installé : ils ont été comparés, opposés, fondus dans des catégories de collections et d'ensembles préexistantes, comme les objets archéologiques, l'art gréco-romain, l'art oriental ou l'art moderne.

Se fonder sur des catégories préexistantes : l'art oriental et les antiquités

Les premières ventes d'objets africains et océaniques se font principalement dans des lots de ventes aux enchères au début du XIX^e siècle intitulées «curiosités» ou «divers». Des dénominations plus précises font peu à peu leur chemin dans les annonces des ventes, comme cette vente de 1892 annonçant «*des objets ethnographiques de Nouvelle-Guinée*» (Cazaumayou, 2009 : 72). La vente en 1898 des pièces du Bénin, issues de l'expédition punitive menée par les Anglais en 1897, semble être la première vente aux enchères publique d'objets exclusivement africains, mais les ventes consacrées spécifiquement à l'art africain ou océanien restent rares jusqu'en 1925. Avant que ne se déroulent ces ventes constituées d'objets considérés comme appartenant à un ensemble cohérent justifié par des critères précis (ici, leur provenance commune d'Afrique), les objets s'insèrent schématiquement dans deux catégories de

marché préexistantes : les antiquités et l'art oriental. Ces deux catégories illustrent les deux premiers critères prodiguant de la valeur aux objets ethnographiques : leur ancienneté et leur non-européanité.

En arrivant en Europe, les objets ethnographiques sont parfois intégrés sur le marché de l'art dans des lots appelés « antiquités » ou « objets anciens ». Cette catégorie de marché est bien établie et structurée au XIX^e siècle et possède ses marchands, ses ventes et ses réseaux. De nombreux marchands d'art africain et océanien se définissent au cours du XX^e siècle comme antiquaires, ou ont fait leurs premiers pas sur le marché des antiquités avant de se consacrer aux objets ethnographiques. Ainsi, le marchand Webster, qui publie une trentaine de catalogues d'objets ethnographiques entre 1895 et 1901, se définit lui-même comme antiquaire dans sa correspondance et le marchand Delcourt à Paris spécifie sur son enseigne, en 1929 : « objets de hautes époques – Art ancien d'Afrique et d'Océanie – Art ancien chinois, japonais, persan – Art précolombien ». Cette appellation ne souffre aucune différence géographique entre les pays, puisqu'autant les marchands Charles Ratton à Paris, Dupanloup à Genève ou Edgar Beer à Bruxelles désignent dans les années 1920 les objets ethnographiques qu'ils vendent comme des « antiquités ».

L'intégration des objets ethnographiques dans cette catégorie met en exergue leur ancienneté. D'ailleurs, si les marchands ne se définissent pas directement comme antiquaires, n'incluent pas les objets ethnographiques dans leur activité d'antiquaire ou dans la catégorie du marché des antiquités, ils spécifient que les pièces qu'ils vendent sont « *anciennes* », bien que ce terme ne fasse jamais référence à une période précise. La marchande Jeanne Walschot à Bruxelles précise au bas de ses encarts publicitaires qu'elle rachète « *en général, toutes les pièces en bois (anciennes, de préférence)* ». En cela, l'ancienneté relève d'un double enjeu : c'est un critère de valeur des pièces vendues et une manière de définir pour le marchand son identité professionnelle. Ces derniers se définissent en général eux-mêmes davantage par les caractéristiques des objets qu'ils vendent que par les catégories appliquées à leur profession (comme « *Jeanne Walschot – objets anciens* » et non « *Jeanne Walschot – antiquaire* »).

En dehors des antiquités, on retrouve aussi des objets ethnographiques dans des lots d'objets orientaux ou chez des galeristes d'art oriental : de nombreuses annonces de ventes et d'expositions d'art africain et océanien sont reliées explicitement à l'art oriental. Par exemple, la vente des pièces ethnographiques de Charles Vignier en 1913 ou l'exposition à la galerie

Devambez en 1919 atteste des volontés de relier tout objet ethnographique à l'art oriental. En outre, les premiers experts des objets ethnographiques sont très souvent d'anciens spécialistes de l'art oriental, tel André Portier qui fut expert de nombreuses ventes aux enchères. Comme le marché des antiquités, le marché de l'art oriental est déjà bien établi au XIX^e siècle : il possède ses propres experts et spécialistes, ses propres ventes, ses collectionneurs et ses marchands, est présent depuis le milieu du XIX^e siècle dans les expositions universelles, et trouve son lieu d'exposition avec le musée Guimet, fondé à Paris en 1889. Il procure ainsi aux objets ethnographiques ses propres réseaux de ventes (galeristes, ventes aux enchères et collectionneurs) et souligne un deuxième critère de valorisation des objets : leur « non européenité ».

Artifier la catégorie : l'art moderne

Ce sont à ces catégories préexistantes que sont rattachés les objets ethnographiques au moment de leur arrivée en Europe. Cependant, le nombre d'objets africains et océaniens arrivant en Europe augmente au XIX^e et au début du XX^e siècle, du fait d'une demande croissante. Un marché indépendant, séparé de l'art oriental ou des antiquités, se développe alors peu à peu : la première vente spécifiquement catégorisée sous une autre appellation que celle d'antiquités ou d'art oriental porte le libellé d'« art primitif » et se déroule à Paris en 1925. Dès ce moment, le nombre de ventes spécifiquement dédiées à cette catégorie nouvellement nommée ne cesse de croître, d'abord timidement, puis de façon exponentielle. La vente d'Henry Pareyn en 1928 atteste de cet engouement du marché pour ce type d'objets, puisque la vente réunit plus de deux mille lots vendus sur cinq jours et bat un record pour l'époque des bénéficiaires effectués : deux millions de francs belges⁴⁰. La vente consacre ainsi l'intérêt naissant pour cette catégorie d'objets.

Bien que les deux principaux critères de valeur – et donc de définition – soulignés jusqu'à présent sur le marché soient l'ancienneté et la provenance, cette autonomisation de la catégorie ne valorise ni spécifiquement l'un

⁴⁰ Vu les fluctuations des indices de prix entre les deux guerres, la réévaluation entre 1925 et 1930 d'après la Banque nationale de Belgique, ce prix est exprimable en euros avec beaucoup de réserve, selon les indices de prix à la consommation, et reviendrait à approximativement un million d'euros de 2005.

ou l'autre critère et les lots des ventes qualifiées d'art primitif englobent encore des objets provenant aussi bien d'Asie, d'Afrique que d'Océanie et d'époques très diverses. Ainsi en atteste la vente Breton et Éluard qui se déroule à Paris en 1931. Plus modeste, avec ses trois cent douze lots, cette vente atteste d'un changement dans la représentation des objets africains et océaniens sur les marchés et dans les collections publiques et privées. En effet, le procès-verbal de la vente met en évidence une volonté de cohérence et d'homogénéité de la part des vendeurs dans les objets choisis et leur présentation : «*Ils entendent que leurs deux collections soient réunies en une seule, pour être vendues le même jour afin de donner l'homogénéité et l'intérêt nécessaire à une présentation publique.*»⁴¹

Cette cohérence de l'ensemble des objets présentés à la vente – pourtant de provenances et d'époques très diverses – est encore renforcée par l'édition d'un catalogue, pensé dans les détails de sa présentation et tiré à deux mille cinq cents exemplaires, un tirage démesuré pour l'époque et le nombre d'amateurs d'art africain et océanien potentiel (le nombre d'acheteurs ne dépassera pas trente-six). Il s'agit donc d'une opération médiatique – la première dans le domaine – qui, non contente d'organiser des objets hétérogènes en un ensemble cohérent, participe à diffuser largement cette nouvelle cohérence dans les milieux de l'art. La presse relèvera d'ailleurs l'ambiance de la vente ainsi que la présence de nombreux artistes surréalistes et émissaires de musées dans la salle⁴².

L'expert de cette vente n'est autre que Charles Ratton, un acteur clé dans la construction de la catégorie artistique propre aux objets africains et océaniens. Il est considéré, avec Paul Guillaume notamment, comme l'un des premiers galeristes à vendre des objets africains et océaniens en les définissant comme une catégorie à part entière et cohérente de l'art, et ce alors que la demande est encore balbutiante sur le marché de l'art français. Le critère que Charles Ratton mobilise lors de la vente Éluard-Breton, mais aussi au sein de sa galerie, comme point commun de ces objets aux provenances et aux dates différentes, s'articule autour d'un argument majeur : l'anti-académisme artistique. En effet, dans les années 1920, une frange importante des milieux artistiques s'élève contre les critères standards de définition de l'art et s'oppose à un monde artistique établi

⁴¹ Procès-verbal de la vente Éluard-Breton, Archives de la Ville de Paris, D.149.E3.6.

⁴² «*L'excellent accueil fait hier, à la vente de la collection André Breton et Paul Éluard, par un public nombreux...*» (*Journal des Débats*, 4 juillet 1931), «*Le feu des enchères, augmentant encore l'atmosphère étouffante de la salle...*» (*Le Figaro*, 4 juillet 1931).

considéré comme corrompu et engoncé dans une série de normes et de règles contraignantes⁴³. Les objets africains et océaniens, perçus comme des productions spontanées, pures et détachées de toute formation artistique et de préformatage, deviennent les fers de lance de cette lutte. Cette vision dichotomise le monde de l'art en deux grandes catégories avec des caractéristiques spécifiques : l'art occidental – normé et raisonné – et l'art non occidental – non normé et irraisonné. Nous retrouvons ici un des critères qui a présidé à l'intégration des objets dans le marché préexistant de l'art oriental : la non-occidentalité des objets, puisque les caractéristiques de pureté et de spontanéité sont corrélées à la provenance non européenne de ces objets.

Non contents de faire de ces objets les fers de lance de leur lutte contre un mode artistique considéré comme trop contraignant, les artistes du primitivisme, de l'expressionnisme, du cubisme et du fauvisme, regroupés sous la bannière de « l'art moderne » ou des « avant-gardes », déclarent en outre trouver dans ces objets des sources d'inspiration importantes, et les comparent régulièrement à leurs propres productions et volontés artistiques. Ainsi, l'art moderne et les objets ethnographiques sont régulièrement rapprochés, aussi bien physiquement lors d'expositions (ainsi de *Lyre et Palette* dans l'atelier du peintre suisse Émile Lejeune en 1916 ; ou chez Bernheim, à Paris en 1929, une exposition présente cent vingt-six sculptures modernes et africaines en parallèle), qu'intellectuellement dans les manifestes. Ils deviennent tous deux représentatifs de mouvements construits hors et contre la sphère institutionnelle artistique classique et académique, et sur l'initiative d'individus considérés a priori comme marginaux. Ces individus deviennent alors des figures clés du champ, comme le relève Estelle Fossey (2011 : 275) :

« Ces marchands sont aussi à l'origine du processus d'autonomisation du champ artistique, en soutenant des artistes ou des spécialités artistiques non reconnus par les instances étatiques détenant alors le monopole du discours légitime sur les œuvres d'art. C'est pourquoi le marchand devient une figure clé des mondes de l'art puisqu'il va imposer ses choix et se positionner comme un concurrent du musée, de l'Académie ou des salons pour la définition du discours légitime sur les œuvres d'art. »

⁴³ Contre l'art dit « académique », pour un panorama de l'académisme et des revendications des « modernes », voir DAIX Pierre, *Pour une histoire culturelle de l'art moderne : le xx^e siècle*, Paris, Odile Jacob, 1998, 385 p. ; et LIÈVRE-CROSSON Elisabeth, *Du classicisme à l'académisme*, Toulouse, Milan, 2008, 63 p.

Davantage qu'une figure clé, le marchand est ici envisagé comme l'acteur majeur du processus de légitimation du champ et est assimilé à une figure héroïque: il se bat contre un pouvoir bien en place et institutionnalisé; c'est un «anarchiste de l'art», idée à laquelle sont souvent associées des qualités particulières, comme la persévérance, l'esprit de rébellion, mais aussi un parcours spécifique. Le héros est en effet généralement issu d'une classe modeste, s'est construit seul, en dehors des circuits classiques de formation et a débuté au bas de l'échelle avant d'en graver petit à petit les échelons. Charles Ratton et Paul Guillaume sont les premiers représentants, pour les objets ethnographiques de ce type de marchands, que Raymonde Moulin avait définis comme des «entrepreneurs-innovateurs» dans le champ de la peinture. Pour cette dernière, ce type de marchand est «*un agent dynamique du marché; il ne vend pas une peinture consacrée et demandée, mais se veut découvreur et promoteur d'une peinture novatrice*» (Moulin, 1967: 117).

Cette caractéristique schumpétérienne prend une très grande importance dans le contexte qui nous concerne, car les marchands sont alors considérés comme ayant pris un risque intellectuel et financier, s'opposant à un discours dominant, généralement institutionnel. Il est cependant intéressant de noter que ces caractéristiques ne s'appliquent, premièrement, pas seulement à l'objet ethnographique, puisque la catégorie d'art moderne s'est développée, puis institutionnalisée, sensiblement par le même processus⁴⁴; et deuxièmement, qu'il ne s'applique pas non plus uniquement au marchand. Ainsi, pour le champ des objets ethnographiques, les collectionneurs sont aussi considérés comme des acteurs importants de la catégorie artistique (Derlon et Jeudy-Ballini, 2008). Ces personnalités «innovantes» font acte de création par leur découverte et leur entreprise de légitimation et, dans le cas de l'art africain et océanien, se substituent aux artistes, devenant eux-mêmes les figures productrices de l'objet, artisans de leur (re)naissance.

Ce profil du «découvreur» et la place de l'art moderne dans l'auto-nomisation de la catégorie artistique jouent encore aujourd'hui un rôle majeur dans l'histoire mythifiée des objets africains et océaniens, comme le confirment la plupart des acteurs du champ :

«L'art africain, c'est ce qui a donné naissance pour moi à l'art moderne et c'est ce qui a inspiré une très grande partie des artistes modernes.

⁴⁴ Voir, par exemple, Raymonde Moulin qui évoque le rôle du Salon (*Le marché de la peinture en France*, Paris, Éditions de Minuit, 1967, 610 p.).

Complètement. On est en plein dedans. En plus, tous ces artistes étaient collectionneurs, mais ils ne le disaient pas. Aujourd'hui, c'est par des photos d'archives, des témoignages... même des gens comme Le Corbusier, Vlamincq, Picasso, tous ont écrit quelque chose sur l'art africain et on le retrouve aujourd'hui. Ils dévoilaient leur fascination pour cet art. »⁴⁵

Aujourd'hui, lorsque les acteurs du champ de l'objet ethnographique évoquent les étapes de l'arrivée de l'objet sur les marchés et dans les musées, ce sont bien souvent les noms des avant-gardes artistiques parisiennes des années 1930 qui viennent en premier lieu à l'esprit, comme en témoigne la réponse de Picasso, «L'art nègre? Connais pas!», citée tant dans les ouvrages de vulgarisation sur l'art africain et océanien (Geoffroy-Schneiter, 2012), que dans la formation actuelle⁴⁶, ou les ouvrages spécialisés ou historiques (Boyer, 2009; Mandel, 2002). Serge Schoffel, galeriste à Bruxelles, rappelait l'importance de ces figures artistiques et marchandes dont la filiation est revendiquée ou contestée, mais jamais oubliée :

«Il y a de grands marchands du passé qui ont, par leur goût, par leur énergie, donné le goût des gens d'aujourd'hui: des gens comme Jacques Kerchache, Paul Guillaume, des gens comme ça. Par leur regard et leur marque, ils ont fait aimer, ont fait partager. Eux-mêmes ne voulaient pas devenir riches, mais ils ont créé des vocations. »⁴⁷

Cet intérêt des avant-gardes pour l'art africain et océanien aurait largement influencé leur création artistique ce qui se verrait dans les ressemblances formelles entre art moderne et art africain et océanien. Cependant, comme le montre James Clifford dans son analyse de l'exposition plus tardive du MoMA, *Primitivism in 20th Century: affinity of the Tribal and the Modern* en 1984, l'anthropologie oppose de nombreux contre-arguments à ce rapprochement: si des affinités formelles ne peuvent être niées entre ces deux catégories artistiques, Clifford rappelle que plus le spectre de comparaison est élargi, plus les probabilités de trouver des points communs entre les cultures sont grandes; les différences existent, mais elles sont simplement occultées et les objets qui ne correspondent pas à la comparaison sont écartés de la catégorie

⁴⁵ Entretien avec Didier Claes, le 9 décembre 2014 à Bruxelles.

⁴⁶ Histoire des arts d'Afrique, Histoire de l'art océanien, Histoire de l'art africain, donnés à l'École du Louvre durant les années académiques 2015-2017.

⁴⁷ Entretien avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

ainsi construite, comme les objets précolombiens (Clifford, 1996 : 193) : « *On pourrait réunir une collection tout aussi impressionnante pour prouver l'extrême disparité des objets tribaux et modernes.* » En outre, d'autres parallèles peuvent aussi être effectués avec d'autres courants artistiques. Ainsi, Louis Carré, galeriste parisien, présente une exposition des moulages de sculptures de l'Acropole en 1934-1935 tout en organisant en parallèle des expositions d'objets africains. Cependant, loin d'exposer ce dernier en opposition à l'art classique, pour son mystère ou son exotisme, Louis Carré défend la place des objets africains dans le monde de l'art occidental pour ses formes qu'il juge d'une pureté similaire à celle des sculptures grecques. Il s'emploie dans cette exposition à démontrer les similitudes entre les deux. En outre, des analyses plus tardives ont cherché à attribuer l'inspiration de tel tableau d'art moderne à tel objet ethnographique : c'est par exemple le cas du masque africain qui aurait inspiré Picasso pour *Les Demoiselles d'Avignon* (1907). Cependant, William Rubin, déjà dans son exposition en 1984 au MoMA, a montré que ces parallèles n'étaient pas pertinents : le masque en question n'est arrivé en Europe qu'après que le tableau a été peint.

L'histoire de la catégorisation comme critère même de définition

L'ancienneté, la non-européanité et l'anti-académisme ont été des éléments soulignés par l'intégration des objets africains et océaniques dans des marchés préexistants et se sont retrouvés – et se trouvent encore aujourd'hui – dans un grand nombre des termes utilisés pour définir ces objets.

La non-européanité se retrouve dans le critère de provenance des objets : critère le plus régulièrement mis en avant dans la définition de cette catégorie d'objets et construit comme leur point commun le plus important. Il se retrouve dans le terme de « *curiosité* » – qui connaît son heure de gloire au XVI^e siècle, mais dont on observe certaines réminiscences au XX^e siècle, notamment avec la revue éditée par Paul Guillaume entre 1918 et 1935 et qui a pour titre *Les Arts à Paris : actualités critiques et littéraires des arts et de la curiosité* ou le marchand Heymann qui propose des « *curiosités : objets anciens et armes de sauvages* » (Rubin, 1985 : 139). Ce critère se

retrouve aussi dans les termes de «*primitif*» qui, s'il semble renvoyer à la temporalité, renvoie surtout à la géographie, puisqu'il désigne un stade de l'humanité propre aux cultures non européennes, comme le définissaient les thèses évolutionnistes de l'ethnologie, actuellement dépassées.

Aujourd'hui, de même qu'art nègre, courant au début du xx^e siècle⁴⁸, curiosité, sauvage et primitif ont été bannis des vocabulaires officiels et populaires au profit de deux locutions : art premier, qui fut consacrée par l'ouverture du musée du quai Branly – Jacques Chirac en 2006⁴⁹, et art non/extra occidental. La provenance géographique des objets se retrouve au centre de cette nouvelle labellisation de la catégorie, puisque ces deux expressions permettent de rassembler en une seule et même catégorie un très large panel d'objets : ils désignent, comme en son temps l'expression art nègre, tout objet provenant d'Afrique, d'Océanie ou d'Orient. Ils font ainsi du point commun de tous ces objets leur provenance hors d'Europe en mobilisant le concept d'Occident, sujet à débats et dont la portée politique ne peut être niée : le Trésor de la langue française informatisé (TLFi) différencie ainsi une acception géographique du terme Occident – les pays situés à l'Ouest – d'une acception politique – les pays capitalistes de l'Europe de l'Ouest et les États-Unis⁵⁰. En outre, de nombreux travaux en sciences sociales et politiques (Corm, 2009) remettent en question l'emploi de ce terme et pointent les réappropriations et changements auxquels il est sujet, de même que les variations qui interviennent au sein des pays mêmes, brouillant la frontière entre occidental et non occidental et annihilant toute la pertinence scientifique de cette expression.

Si aujourd'hui, sur les marchés, les expressions géographiques semblent préciser la provenance des items concernés, ce n'est en fait pas toujours le cas. Bien qu'elles paraissent plus précises et déterminent un critère exclusif (les objets européens sont par exemple exclus de la catégorie «*art premier*»), ces expressions recouvrent de leur définition certains objets ni africains ni océaniens, comme les objets asiatiques ou d'Amérique du

⁴⁸ Pour une liste de la littérature sur ce sujet, voir ESTIVALET Lucille, « La réception de l'art tribal dans les années vingt en France », in DUPONT Valérie (éd.), *Tribus contemporaines : explorations exotiques des artistes d'Occident*, Dijon, Éditions universitaires de Dijon, 2002, pp. 86-97.

⁴⁹ Bien que le musée du quai Branly – Jacques Chirac ne porte pas officiellement le nom de « musée des arts premiers », cette expression reste son épithète la plus fréquente, tant dans la presse, que dans les arguments de défense du projet et dans les discours officiels. Voir le discours prononcé par Jacques Chirac pour l'inauguration du musée, parmi les articles « Le musée des arts premiers [musée du quai Branly] va devenir musée du quai Branly – Jacques Chirac » (*Le Parisien*, 14 avril 2016), de nombreux canaux médiatiques utilisant encore « musée du quai Branly – Jacques Chirac : musée des arts premiers ».

⁵⁰ <http://www.cnrtl.fr/definition/occident> [consulté le 18 avril 2018].

Nord, certes plus minoritaires. Au contraire, la désignation d'art africain n'entend pas forcément toute l'Afrique, puisqu'ici, le critère temporel fait son apparition : ainsi l'archéologie égyptienne, et bien que l'Égypte fasse partie du continent africain, n'est jamais associée à la catégorie «*art premier*» : Sotheby's les classe dans la catégorie «*Antiquities*» ou «*Ancient sculptures*» ; Christie's dans la catégorie «*Ancient art and antiquities*» ; les marchands d'art africain et océanien ne vendent en général aucune pièce archéologique égyptienne, généralement rapprochées des pièces grecques ou romaines. Cependant, le facteur temporel n'est pas le critère exclusif qui permettrait de résoudre cette contradiction. En effet, les marchands, principalement les galeristes, mettent régulièrement à la vente de l'archéologie africaine – voire sud-américaine – et le Pavillon des Sessions du Louvre présente des statues nok (dont l'ancienneté varie entre le VI^e siècle avant et le VI^e siècle après J.-C.). On se rappelle, en outre, que ces objets ont été, à leur arrivée, régulièrement associés aux antiquités. Ni la provenance ni l'ancienneté ne constituent donc aujourd'hui des critères cohérents pour définir la catégorie «*art premier*».

Au-delà de la référence géographique à une non-occidentalité, l'expression d'art premier a pour caractéristique, par rapport au terme de curiosité, d'intégrer le vocable «*art*» dans la définition de la catégorie. De même que pour l'usage d'art africain/océanien ou d'art tribal, le vocable «*art*» s'entend en opposition à celui d'«*objet*». Benoît de l'Estoile, dans son analyse approfondie de l'usage de l'expression «*art premier*», remarque que l'utilisation du terme «*art*» consacre l'expropriation des ethnologues hors du discours porté sur ces objets, l'utilisation de ce terme étant souvent faite en opposition à une approche ethnographique qui viserait la documentation des sociétés au travers de ces objets (Estoile, 2007b : 351-366). Cette expropriation s'illustre particulièrement au moment des développements entre objets africains et océaniens et art moderne : comme le relève Estelle Fossey, la lutte mise en place pour contrer l'académisme artistique revendique aussi l'appropriation du discours par d'autres acteurs que ceux s'apparentant aux institutions étatiques. En effet, jusque dans les années trente, le musée d'ethnographie français se positionne comme le temple d'un monopole du discours sur l'Autre (Estoile, 2007b : 141), mais les initiatives marchandes, proposant des alternatives aux présentations et au statut des objets, lancent dès les années 1930 le début d'un processus d'expropriation des ethnologues du discours sur l'altérité. Ce processus trouvera son aboutissement dans la création du musée du quai Branly – Jacques Chirac en 2006 à Paris.

Les marchés de l'art ont joué un rôle prédominant dans la construction et la labellisation de la catégorie d'objets qui nous intéressent, en intégrant les objets sur des marchés déjà existants et en tissant des parallèles avec certains champs artistiques plutôt qu'avec d'autres. En reconnaissant et en insistant sur le fait qu'il existe certaines affinités entre les œuvres d'art moderne et les objets ethnographiques et que ces objets font partie de la même famille artistique, les marchands opèrent une «*mutation taxinomique*» (Clifford, 1996: 197) fondamentale à l'histoire du champ et à sa réappropriation à posteriori par les acteurs. Car, si le fait qu'en très peu de temps une série d'objets est redéfinie est un moment important, il est intéressant de voir à quel point cette période est considérée comme fondamentale pour les acteurs du champ aujourd'hui et est largement célébrée et rappelée, tant dans les galeries que dans les expositions de musées. Ce renvoi perpétuel aux années 1930 oblitère le fait que les catégories en jeu ne sont ni permanentes ni transcendantes dans le temps et l'espace et que les objets racontent des histoires différentes selon les endroits et les gens, selon le «*système des objets*» auquel ils appartiennent (Baudrillard, 1968). En effet, si l'appropriation des objets ethnographiques par les chercheurs et le public européens se nourrit dans les années 1930 d'une passion pour l'exotisme alimentée par les courants modernes, cette modalité d'«*ingestion*» des objets se modifie au cours des époques.

Les musées ont aussi une place importante dans ce processus que ce soit par leur présence (puisque c'est un musée qui consacre l'appellation d'art premier avec la création du musée du quai Branly – Jacques Chirac), mais aussi par leur absence, puisque dans les années 1930, les musées participent peu aux ventes aux enchères que nous avons signalées comme très importantes. Si de nombreux représentants de musées étaient, par exemple, présents dans la salle de la vente Éluard et Breton, peu d'objets ont finalement atterri dans leurs collections. Il est cependant difficile de savoir si c'est par manque d'intérêt, de budget, de temps ou d'opportunités. Les musées ont cependant, à ce moment, d'autres sources d'approvisionnement, beaucoup plus directes et en continuel essor au début du xx^e siècle: ainsi des collectes faites par les émissaires ou fonctionnaires des pays concernés, par exemple.

L'accroissement des collections publiques

Les acteurs du marché tiennent un discours spécifique sur les objets et construisent ainsi peu à peu la catégorie «*art premier*» du marché de l'art, notamment en opposant sa définition à des règles des mondes artistiques portées par les institutions. Les musées tiennent en effet, en parallèle du marché, un discours sur les objets porté par des enjeux différents : héritiers des dispositifs de monstration publique, les musées d'ethnographie commencent à se structurer au cours du XIX^e et du XX^e siècle et mettent en place, en parallèle du développement du marché, des politiques d'accroissement de leurs collections. Les enjeux qui traversent ces politiques d'accroissement s'articulent autour de trois axes : les liens entre le développement et la structuration de l'ethnologie en tant que discipline universitaire et le musée ; le rôle du musée d'ethnographie – et donc de ses collections – dans et pour la société (conserver, étudier ou enseigner ?) ; les éventuelles spécificités françaises, ou continentales, des collections ethnographiques et de la structuration de l'ethnologie, par opposition à ce qui se développe au même moment dans les pays anglophones. Ces enjeux sont différents de ceux qui traversent au même moment les marchés de l'art, principalement dans le rapport établi avec la discipline ethnologique et dans la relation aux sphères académiques.

Le développement des collections publiques et des dispositifs de monstration des « objets des Autres » : les expositions universelles

Les expositions nationales et universelles fleurissent dès le XVIII^e siècle et offrent non seulement une vitrine de premier plan pour les objets ethnographiques, mais favorisent aussi la structuration des circuits de distribution des objets des colonies vers l'Europe. En outre, ces expositions touchent un public large et varié et participent ainsi à la naissance de la «*négrophilie*»⁵¹, un engouement pour l'exotique qui n'est pas étranger

⁵¹ Voir ARCHER-STRAW Pétrine, *Negrophilia: avant-garde Paris and black culture in the 1920s*, Londres, Thames and Hudson, 2000, 200 p. Comme pour l'expression «*art nègre*», dont nous avons vu la définition englobante plus haut (p. 61), la négrophilie inclut une passion pour l'exotique en général : si c'est l'Afrique qui semble le plus représenté dans l'imaginaire, cette passion englobe aussi l'Océanie ou les Amériques.

aux premiers intérêts pour les objets ethnographiques. Les expositions universelles ou internationales sont souvent le déclencheur de nouveaux musées en France et en Belgique et, en tant que dispositif de monstration des objets, sont un des ancêtres des musées d'ethnographie. Leurs objectifs sont formulés plus ou moins explicitement : tout d'abord, montrer la création et l'exploitation des colonies ainsi que l'obtention des richesses qui en résulte. Il ne faudra qu'une poignée d'années pour que l'exhibition des richesses se mue en présentation de la supériorité technique et sociale du colon sur le colonisé⁵². Le second objectif, étroitement corrélé, est de faire connaître aux citoyens, mais aussi aux potentiels concurrents étrangers, les populations assujetties et les progrès, tant sociaux qu'industriels, que cet assujettissement leur permet d'atteindre. L'exposition universelle a donc une vocation profondément didactique et pédagogique. Finalement, le dernier objectif de ces expositions est le divertissement. Les objets instruisent et cultivent, mais, finalement, leurs dispositifs doivent aussi amuser.

Ces expositions prennent donc fortement en considération leur public et tentent de concilier pédagogie et plaisir, une association que nous retrouvons tout au long du développement des musées d'ethnographie et qui va donc guider le choix des objets collectés et présentés.

Si les expositions universelles sont un élément déclencheur de la fondation⁵³ d'un grand nombre de musées d'ethnographie, de multiples facteurs entrent en compte dans la création et le développement de ces musées. Au moment des premières ventes spécialisées et des balbutiements de structuration du marché, les musées d'ethnographie fondés majoritairement à la fin du XIX^e et au début du XX^e siècle entrent dans une phase de développement et d'ajustement de leur paradigme.

⁵² « Des casse-têtes, des tam-tams, des fétiches hideux. Voilà donc d'où partent les hommes pour en arriver à notre industrie, à nos arts, à nos croyances », pouvait-on lire dans un commentaire sur des objets provenant des colonies françaises (FRANCE, DÉLÉGATION AUX ARTS PLASTIQUES, *Le livre des expositions universelles : 1851-1989*, Paris, Éditions des Arts décoratifs, 1983, p. 46).

⁵³ Mais aussi des transformations des musées d'ethnographie, puisque c'est à la suite de l'exposition universelle de 1937 que le musée d'Ethnographie du Trocadéro devient le musée de l'Homme.

Modeler la cohérence des collections de musées : les expéditions et collectes

Le premier objectif des musées d'ethnographie au début du xx^e siècle est l'accroissement des collections. S'intéresser aux modalités de cet accroissement nous permet de comprendre selon quel projet scientifique les musées se sont développés et ont développé leurs collections, quels critères ont présidé aux choix des objets dignes d'entrer dans ces collections, ainsi que le lien que l'ethnologie en tant que discipline développée dans diverses universités entretient avec son musée.

Pour accroître leurs collections, plusieurs voies s'offrent aux musées d'ethnographie : achats, acceptations ou demandes de dons ou de legs et expéditions scientifiques. Que ce soit en France, en Belgique ou en Suisse, les expéditions scientifiques de collectes d'objets connaissent un fort développement entre les années 1920 et 1940. En effet, après la guerre, les modes d'acquisition des objets ethnographiques se transforment (Reubi, 2011 : 186) : auparavant hérités de collections privées, de sociétés ou d'autres fonds, rapportés par des missionnaires ou des colons, achetés ponctuellement à des marchands, les objets vont être collectés directement sur le terrain, par les scientifiques. Théodore Delachaux, directeur du Musée d'ethnographie de Neuchâtel, part en Angola en 1933 ; de 1931 à 1939, quatre importantes missions ethnographiques françaises se déploient en Afrique, dont la plus connue – la mission Dakar-Djibouti – permet l'arrivée de plus de 3 500 objets dans les collections françaises ; le conservateur belge Frans Olbrechts effectue diverses missions scientifiques chez les Indiens d'Amérique (Cherokee, Onondaga, etc.), puis entre Dakar et Abidjan, d'où il rapporte environ 1 800 pièces (Corbey, 2000 : 28).

Ce mode d'acquisition est en phase avec le développement institutionnel de l'ethnographie et de l'ethnologie à cette époque. En effet, du côté des universités, l'ethnologie en tant que discipline académique se développe et se structure : le travail de terrain prend de l'importance, par opposition à « l'anthropologie de cabinet »⁵⁴, et se dessine de plus en plus comme une particularité épistémologique fondamentale de l'ethnologie. En outre,

⁵⁴ « Avant la guerre l'anthropologie française était surtout le fait d'anthropologues de cabinet – armchair anthropologists, comme on disait en Angleterre. Dans cette période, des hommes seuls comme Mauss ou Lévy-Bruhl en France, Frazer ou Tylor en Angleterre, maîtrisaient des masses considérables de données qu'ils essayaient d'organiser pour résoudre un problème ou expliquer une institution : le sacrifice, la magie, etc. » (DESCOLA Philippe, KIRSCH Marc, « Claude Lévi-Strauss vu par Philippe Descola », *La Lettre du Collège de France*, Hors-série 2, 2008, p. 29).

le classement des collections participe à une rationalisation des séries et motive les conservateurs à compléter les lacunes de leurs collections. Ainsi, Delachaux écrit dans le rapport du Musée d'ethnographie de Neuchâtel pour la commission du musée en 1931⁵⁵ :

«Il est donc tout naturel que nous cherchions à compléter les collections d'Afrique du Sud en comblant un vide, de façon à ce que la civilisation bantoue puisse y être étudiée aussi complètement que possible.»

Le choix de la société à étudier est crucial et, comme le rappelle Serge Reubi (2010), elle doit correspondre à certains critères: être considérée comme primitive, être mal documentée, voire inconnue, mais n'empiéter sur le territoire d'aucun autre scientifique ou d'une autre expédition scientifique. L'Angola, par exemple, fournit à Neuchâtel une forme d'exclusivité, et permet au petit musée périphérique de se positionner dans la concurrence que se livrent les villes dans le domaine culturel et scientifique (Doyen et Reubi, 2017).

Finalement, ces expéditions ont pour caractéristique commune de se déployer dans des relations de pouvoir et un contexte de violence coloniale qui va marquer de son sceau les objets. Ainsi, peut-être davantage que l'ancienneté ou la non-européanité des pièces, le critère qui constitue l'une de leurs caractéristiques fondamentales est le mode d'acquisition et d'arrivée en Europe. Il est en effet frappant de voir à quel point les retours de mission s'apparentent à une victoire de guerre; l'exposition qui suit la mission française Dakar-Djibouti évoque la célébration d'une conquête ayant permis l'obtention de nombreux trophées⁵⁶. Dans leur article écrit à leur retour, Paul Rivet et Georges Henri Rivière mentionnent eux-mêmes *«le butin rapporté par cette expédition»* (Rivet et Rivière, 1933: 5). Ce sentiment de partir au combat est symptomatique d'un rapport de force et de pouvoir qui se déploie sur le terrain: les scientifiques sont là pour faire avancer la connaissance, même si cela doit se faire au détriment d'autres personnes. La réalité de la collecte est mise à jour par Leiris (1981 [1934]: 104-105):

«Griaule décrète alors, et fait dire au chef de village par Mamadu Vad que, puisqu'on se moque décidément de nous, il faut, en représailles,

⁵⁵ DELACHAUX Théodore, Rapport à la Commission du Musée ethnographique, Archives non publiées du Musée d'ethnographie de Neuchâtel, MEN Angola 1, 1931.

⁵⁶ On trouve des traces de ce dispositif d'exposition dans les vues de la salle d'exposition conservées au musée du quai Branly – Jacques Chirac (PV 0057517 et PV0057518) et au MUCEM (Ph.1940.105.2, 3, 4 et 5).

nous livrer le Kono en échange de 10 francs, sous peine que la police soi-disant cachée dans le camion prenne le chef et les notables du village pour les conduire à San où ils s'expliqueront devant l'administration. Affreux chantage! [...] Devant la maison du Kono nous attendons. Le chef de village est écrasé. Le chef du Kono a déclaré que, dans de telles conditions, nous pourrions emporter le fétiche. [...]

7 septembre. Avant de quitter Dyabougou, visite du village et enlèvement d'un deuxième Kono, que Griaule a repéré en s'introduisant subrepticement dans la case réservée. C'est fois, c'est Lutten et moi qui nous chargeons de l'opération. Mon cœur bat très fort car, depuis le scandale d'hier, je perçois avec plus d'acuité l'énormité de ce que nous commettons.»

Outre la collecte des objets, la totalité de la mission scientifique, enquêtes ethnographiques comprises, est appréhendée selon un rapport de domination traduit soit par la métaphore de l'enquête judiciaire soit par celle du combat, comme l'expose Griaule, l'un des membres de la mission, dans ses cours de méthodologie (1952: 545):

«D'une manière générale, l'informateur se laisse peu à peu acculer à des positions. [...] Il occupera, après d'autres résistances, une position de repli qui ne dépendra ni de lui ni de son "adversaire".»

Pour Griaule, l'enquête doit permettre d'extraire, souvent face à des indigènes récalcitrants, l'authentique explication des pratiques observées. Cela nécessite une certaine pression et une stratégie afin de couvrir le maximum de territoire de façon exhaustive: la carte est *«une base de combat»* où *«toute position inscrite est une position conquise»* (Griaule, 1943: 66). Ce parallèle avec la guerre légitime aussi la collectivité de l'entreprise: toute mission nécessite une équipe, qui peut faire front commun, se partager les tâches, se soutenir. Ainsi, la mission est *«une opération stratégique ethnographique»* (Griaule, 1957: 59) menée par *«une unité tactique de recherche»* (Griaule, 1957: 26).

Cette position s'inscrit bien évidemment dans un contexte colonial tendu: ainsi, avant le départ de la mission Dakar-Djibouti paraît le manifeste des artistes invitant à *«ne pas visiter l'exposition coloniale»*⁵⁷ et, lors de leur arrivée en Éthiopie, les membres de la mission auront à faire avec des

⁵⁷ «Ne visitez pas l'Exposition Coloniale», mai 1931. Tract rédigé et signé par (dans l'ordre des signatures): André Breton, Paul Éluard, Benjamin Péret, Georges Sadoul, Pierre Unik, André Thirion, René Crevel, Aragon, René Char, Maxime Alexandre, Yves Tanguy et Georges Malkine.

résistances face à leur pouvoir (Caltagirone, 1988 ; Leiris, 1981 [1934]: 288). Les ethnologues entretiennent une ambivalence face à leur subordination à ce contexte colonial et jonglent entre l'acceptation du régime et sa contestation⁵⁸.

Finalement, les expéditions scientifiques modèlent les choix d'objets dignes d'entrer des collections de musées dits d'ethnographie. En effet, les missions ont pour but de collecter des objets selon des bases méthodologiques et des critères de collecte spécifiques, mais aussi de diffuser ces « bonnes pratiques ». Les *Instructions sommaires pour les collecteurs d'objets ethnographiques* (1931), rédigées par Griaule et Leiris pour la mission Dakar-Djibouti, stipulent que le collecteur ne doit pas rechercher d'objets beaux ou rares, mais s'intéresser aux objets en tant que trace matérielle d'une activité sociale, qu'elle soit extraordinaire ou quotidienne. Ainsi, l'objet est appréhendé comme un témoin, dont le contexte et l'activité qu'il illustre sont le centre de l'intérêt. Il doit être collecté avec l'ensemble des renseignements à ce sujet, cette procédure se calquant sur la méthodologie de l'archéologie et le concept de « contexte de fouille », qui met en valeur davantage l'information entourant l'objet que l'objet lui-même⁵⁹. Cependant, l'analyse des objets collectés lors de la première mission ne laisse aucune ambiguïté sur le fossé entre théorie et pratique: comme le relève Annie Dupuis (1999: 518), aucune houe et peu d'outils ne sont rapportés de chez les Dogons, peuple d'agriculteur. Au contraire, Denise Paulme, dans une lettre écrite en 1935 lors de la mission Sahara-Soudan, insiste sur la beauté des pièces trouvées⁶⁰:

« Nous avons une dizaine de statuettes aux bras levés, presque toutes en très bon état, certaines admirables figureront très honorablement dans

⁵⁸ Voir BURTON John, « Representing Africa: colonial anthropology revisited », *Journal of Asian and African studies* 27, 1992, pp. 181-201, JAMIN Jean, « L'Histoire de l'ethnologie est-elle une histoire comme les autres ? », *Revue de synthèse*, 1988, pp. 469-483 ; pour la Belgique CROMBOIS Jean-François, « Le Congo et l'ethnographie: colonialisme, sociologie et ethnologie en Belgique avant 1914 », *Civilisations* 45(1/2), 1997, pp. 55-84 ; et pour la France plus spécifiquement JAMIN Jean, « Le savant et le politique: Paul Rivet (1876-1958) », *Bulletins et mémoires de la Société d'anthropologie de Paris*, 1989, pp. 227-294. Si ce sont parfois les expéditions ethnographiques qui servent des enjeux politiques, ce sont parfois les expéditions militaires qui servent des enjeux patrimoniaux comme l'expédition punitive des Anglais au Bénin en 1897 qui permit de rapporter un grand nombre d'objets en Europe, voir l'article de NYST Nathalie, « Butins de guerre constitutifs des collections ethnographiques: le cas du Bénin », in GOB André (éd.), *Des musées au-dessus de tout soupçon*, Paris, Armand Colin, 2007, pp. 90-95.

⁵⁹ « L'archéologue ne cherche pas tant des objets que des informations et lorsqu'on détruit un site archéologique on ne détruit pas seulement du patrimoine, mais du sens », MONNET Vincent, « Le sesterce sourit à l'euro, la fiole au pichet de blanc », *Le Temps*, 9 février 2002. Disponible en ligne sur <https://www.letemps.ch/culture/2002/02/09/sesterce-sourit-euro-fiole-pichet-blanc>.

⁶⁰ Lettre de Denise Paulme, 2 juillet 1935, Correspondance n° 56, p. 519 citée par DUPUIS Annie, « Correspondance inédite de Deborah Lifchitz et Denise Paulme avec Michel Leiris », *Gradhiva* 3, 1987, p. 56.

la vitrine d'art africain. Enfin, que Ratton verdisse, nous avons une statue d'1,30 m de style jusqu'alors inconnu et antérieure sans doute à la venue des Dogon [sic]: le corps, hermaphrodite; la tête dégage une émotion profonde qui fait de cette statuette un chef-d'œuvre, au sens véritable du mot.»

Ces collectes sont donc traversées d'ambivalences: la place accordée aux objets rares, extraordinaires ainsi qu'aux qualités formelles est, dans les pratiques, relativement importante. C'est que le paradigme de constitution des collections ethnographiques est dans les années 1930 en pleine définition et les musées d'ethnographie se retrouvent face à différents choix, diversement appliqués lors des collectes et des constitutions de collections.

Des musées face aux choix scientifiques, pédagogiques et artistiques

Les expéditions scientifiques nous montrent que les ethnologues et les scientifiques affiliés aux musées d'ethnographie collectent des objets sur le terrain selon des critères variables. En outre, la question du classement des objets est épineuse et loin d'être fixée. Pour exemple, les objets rapportés par Frans Olbrechts ne sont pas destinés aux collections du musée du Congo belge puisque ce dernier est conservateur aux musées royaux d'Art et d'Histoire de Bruxelles, où il organise le département d'ethnologie. En effet, à sa fondation en 1898 et son inauguration en 1910, le musée du Congo est clairement dévolu uniquement à l'étude et à la présentation du Congo sous toutes ses facettes: ethnologique, mais aussi biologique, géographique, géologique, linguistique, etc. Ainsi, non seulement les autres pays d'Afrique n'ont pas leur place dans ce musée, mais les collections comportent aussi des spécimens biologiques ou naturels et de nombreuses disciplines cohabitent au sein de la même institution. Les collections qui ne proviennent pas du Congo sont réunies au département d'ethnologie des musées royaux d'Art et d'Histoire de Bruxelles, mais cette répartition subit de nombreuses modifications au cours du xx^e siècle. Les objets voyagent entre le musée du Congo, le Palais des Beaux-Arts (actuel Bozar), le muséum d'Histoire naturelle et le musée du Cinquantenaire, suivant les rôles donnés à chaque musée et la catégorie attribuée à chaque objet. Ces derniers éléments changent au cours du siècle et selon l'appréciation de

chaque individu. Ainsi, le Palais des Beaux-Arts de Bruxelles accueille en 1930 une exposition d'art africain (Maes et Lavachery, 1930), alors que le Palais des Colonies expose lui aussi au même moment dans une salle spéciale, les objets considérés comme les plus artistiques. Ces voyages des collections belges entre les différents musées se font au gré des catégorisations auxquelles les différents conservateurs font appartenir les objets et selon les ajustements des dispositifs de classification, de catégorisation et de présentation que les musées mettent en place au cours du xx^e siècle. Ces dispositifs se basent sur trois modèles : naturaliste, esthétique et didactique.

Le paradigme naturaliste et le musée-conservatoire

Le premier de ces modèles est celui du musée d'histoire naturelle ; il existe une relation importante entre les musées d'histoire naturelle et les musées d'ethnographie, sur laquelle nous ne revenons pas en détail⁶¹. Selon ce paradigme, seules les sciences naturelles peuvent prétendre à étudier l'homme et sa diversité et l'ethnologie se développe dans le sillage de l'anthropologie physique et de l'archéologie préhistorique comme en témoignent les diverses publications des premiers anthropologues suisses : *Crania helvetica* de Rüttimeyer et Hims en 1864, *Crania helvetica I: les crânes valaisans de la vallée du Rhône* d'Eugène Pittard en 1909-1910 ou *Verzierte Schädel aus Neuguinea und Neumecklenburg* d'Otto Schlaginhaufen en 1910 (Reubi, 2011 : 73). Les liens entre ethnologie et sciences naturelles, s'ils ont leur racine dans le découpage des sciences au xix^e siècle, perdurent longtemps, puisque Théodore Delachaux est lui-même assistant au Muséum d'histoire naturelle de Neuchâtel, en parallèle à son poste de conservateur du Musée d'ethnographie. Un poste qu'il ne quitte qu'en 1945, et pour devenir directeur de ce même Muséum. Cette proximité disciplinaire s'observe jusque dans la présentation des collections, puisque Delachaux projette d'agrandir le Musée d'ethnographie pour y présenter de l'archéologie.

⁶¹ Résumée par REUBI Serge, *Gentlemen, prolétaires et primitifs: institutionnalisation, pratiques de collection et choix muséographiques dans l'ethnographie suisse, 1850-1950*, Berne, Peter Lang, 2011, pp. 40-41 qui pointe les différences selon les pays dans la résolution du conflit entre les deux paradigmes dominants du xix^e siècle : le linguistique et le naturaliste. Voir également DIAS Nélia pour le musée du Trocadéro plus spécifiquement (*Le musée d'ethnographie du Trocadéro (1878-1908): anthropologie et muséologie en France*, Paris, Éditions du CNRS, 1991, 310 p.)

Cette proximité entre l'ethnologie, les sciences naturelles et l'archéologie se retrouve aussi à Paris, où Ernest-Théodore Hamy, fondateur du musée d'Ethnographie du Trocadéro, est issu de l'anthropologie physique, affilié au Muséum d'histoire naturelle et responsable de la collection de crânes du musée de la Société d'anthropologie de Paris. Le premier système de catégorisation des collections mis en place au musée d'Ethnographie du Trocadéro est donc calqué sur celui des sciences naturelles. Cette classification, proposée par Jomard en son temps, se fonde sur le modèle évolutionniste alors dominant dans la pensée scientifique de l'époque. Il vise à comprendre le présent de l'homme à partir de la connaissance des différentes formes de sociétés, considérant que les sociétés autres qu'occidentales sont restées à un stade dit « primitif ». Ce paradigme suit une logique naturaliste et repose sur un principe d'exhaustivité, de façon que la comparaison soit possible et le raisonnement complet.

Benoît de l'Estoile souligne deux caractéristiques de ce « modèle naturaliste » que les musées d'ethnographie adoptent au moment de leur développement : le paradigme de la collecte et la division du travail subordonnée (Estoile, 2007b). En effet, le système d'accroissement des collections, largement basé, comme nous l'avons vu, sur des expéditions scientifiques et de la collecte sur place, impose une organisation stricte pour faire remonter les objets et les informations afférentes au musée d'une part et, faire redescendre le savoir en direction du public d'autre part, mais aussi des collecteurs sur le terrain. Ainsi, Paul Rivet et Georges Henri Rivière, arrivés au Trocadéro en 1928, organisent la recherche de façon pyramidale et hiérarchique, imposant le musée comme le centre de commande et de coordination de cette entreprise. Sont réunis en son sein les différentes sociétés savantes et l'enseignement, découpés non en sous-disciplines, mais en aires géographiques⁶². C'est, selon Benoît de l'Estoile, un découpage de l'ethnologie caractéristique d'un modèle français :

«La conception "unitaire" de l'ethnologie a pour contrepartie ce que Rivet appelle la spécialisation "géographique", de préférence à une spécialisation "disciplinaire". [...] Ce mode d'organisation du savoir, que nous appelons aujourd'hui par "aires culturelles", devient une caractéristique de l'ethnologie française, marquée par une opposition durable entre africanisme et américanisme.» (Estoile, 2007b: 165)

⁶² Les raisons de ce découpage et les objectifs sont exprimés par RIVET Paul, « Ce qu'est l'ethnologie », in FEBVRE Lucien, MONZIE Anatole de (éd.), *L'encyclopédie française*, tome 7 : *L'Espèce humaine*, Paris, Comité de l'Encyclopédie française & Librairie Larousse, 1936, p. 7.06.01-07.06.08.

Cette division du travail partage en outre aussi la théorie et la pratique en deux moments distincts, et le savant et l'homme de terrain en deux individus différents. Le musée est le lieu où s'élabore l'intelligibilité des documents rapportés et des phénomènes qu'ils représentent, cette compréhension ne s'effectuant en aucun cas sur le terrain même : le terrain est le lieu où sont rassemblés les matériaux, le musée est le lieu où est élaborée la pensée, contrairement au modèle anglo-saxon qui, à la même époque, abolit la disjonction entre terrain et théorie avec les premiers théoriciens en séjour prolongé sur le terrain, comme Bronislaw Malinowski.

Le paradigme didactique et le musée-université

En 1928, lorsque Paul Rivet succède à René Verneau à la direction du musée, ce lien aux sciences naturelles devient encore plus tangible puisque le musée d'Ethnographie du Trocadéro est affilié directement au Muséum d'histoire naturelle de Paris. En parallèle de ce rapprochement institutionnel, Paul Rivet et Georges Henri Rivière opèrent une modification dans le paradigme muséal ; ils envisagent non plus le musée comme seul conservatoire des collections – dont l'objectif est la collecte et l'étude des documents, mais aussi comme un instrument d'éducation à l'intention du public. Ils font du musée le premier lieu d'enseignement de l'ethnologie en France et le lieu où la connaissance de l'Autre devient digne d'un intérêt scientifique, puisqu'en 1925 l'Institut d'ethnologie prend ses quartiers au sein de l'institution muséale. Rivet et Rivière renforcent l'axe éducatif du musée en pensant des mises en scène pédagogiques et en redéfinissant le rôle et la place du musée dans la société. Le musée devient alors un lieu important d'enseignement, mais aussi d'éducation.

Cette focalisation sur le musée comme lieu d'enseignement dans les années 1930 s'observe aussi du côté suisse, où le premier conservateur du Musée d'ethnographie de Neuchâtel, Charles Knapp «aspire à faire de notre Musée un vrai centre d'études, utile surtout aux étudiants de notre Université»⁶³. Lorsque Théodore Delachaux succède à Charles Knapp en 1921, la question des publics du musée est la première question à être mise sur la table, car se questionner sur le public, c'est se questionner sur le rôle du musée et ses objectifs dans la société et pour la population de Neuchâtel. Théodore Delachaux répond à cette question en proposant que le musée

⁶³ MEN 36, Copie des lettres de Knapp, 2, Lettre de Charles Knapp à C. de Marval, 27.3.1911.

soit destiné à un public spécialisé – des scientifiques et des chercheurs – aussi bien qu’à un public général. Attirer les visiteurs devient le premier objectif du musée et amène Delachaux à accepter des collections très diverses (l’Égypte antique, par exemple), à effectuer des modifications de présentation, intégrant des vitrines thématiques, à développer les premières campagnes de communication du Musée ainsi que l’événementiel (des expositions temporaires au musée mais aussi hors les murs).

La muséographie devient le centre des intérêts des conservateurs qui la considèrent comme un outil favorisant l’apprentissage du visiteur ainsi que sa venue. Dans un cours de muséographie donné à l’occasion des cinquante ans du MEN, Delachaux (1935) en relève l’importance et souligne que la recherche scientifique est aussi un moyen d’accroître le nombre de visiteurs.

Dès le moment où le musée n’est plus seulement le lieu où se construit l’intelligibilité des documents, mais aussi celui où se transmet le savoir élaboré, se pose la question au sein de l’institution du type de récit à adresser au public et de la mise en forme à lui donner. Que doit mettre en avant le récit sur les Autres et leurs objets ? La différence des pratiques et des représentations entre les sociétés ; la beauté des productions matérielles des Autres ; la supériorité supposée de la société occidentale ; l’universalité des pratiques humaines ? Les réponses données à ces questions constituent un moment charnière dans l’appréhension et l’appropriation des objets ethnographiques par les musées européens et correspondent au moment où le musée d’Ethnographie du Trocadéro devient le musée de l’Homme en 1937. Cette transformation, menée par Paul Rivet et Georges Henri Rivière, vise à articuler instruction et distraction et répond ainsi à une double exigence : attirer le visiteur tout en opérant un classement du monde scientifiquement pertinent. Ce classement du monde ne peut se faire sans une coopération étroite entre le musée et sa discipline, l’ethnologie, les deux étant inextricablement liés. La mise en ordre du monde qu’opère le musée concourt alors à définir la discipline et inversement : la définition et l’institutionnalisation de l’ethnologie dans les années 1930 participe à situer le musée d’ethnographie dans le paysage muséal général. Rivière définit le segment de réalité qui revient au musée d’ethnographie sur deux plans (Rivière, 1929) : selon une logique évolutionniste (les civilisations primitives et archaïques) et selon une logique de genre (le folklore, les arts décoratifs, etc.). Cette logique annonce la répartition actuelle en France « *entre un musée des civilisations primitives et archaïques, auquel correspond le musée du quai Branly – Jacques Chirac, incluant l’ethnographie asiatique, mais excluant les civilisations asiatiques restées au musée Guimet, et le musée des*

civilisations européennes en projet à Marseille (auxquelles on a ajouté la Méditerranée pour des raisons politiques)» (Estoile, 2007b : 242).

Instruire le visiteur – donc intégrer une dimension pédagogique au musée – et rester le centre scientifique d'une discipline en pleine consolidation – donc intégrer la collecte d'objets, leur conservation et la recherche – sont deux paradigmes que Rivet et Rivière essayent de concilier au sein du concept de « musée laboratoire » (Blanckaert, 2015) et avec lesquels les musées d'ethnographie auront à traiter tout au long du xx^e siècle. Cependant, ce ne sont pas les deux seules possibilités. En effet, une troisième dimension vient s'ajouter aux objectifs du musée et aux façons d'appréhender les objets ethnographiques : la dimension esthétique, souvent corrélée au plaisir de regarder les objets et donc, par extension, de venir au musée.

Les années 1930 et suivantes voient la montée d'un débat autour de l'esthétisme qui s'oriente sur deux axes différents : premièrement, faut-il prendre en compte les qualités formelles des objets et peut-on les considérer comme de l'art ? Deuxièmement, les musées doivent-ils et peuvent-ils présenter les objets de manière esthétique ou de manière didactique ?

Le paradigme esthétique et le musée-plaisir

La deuxième question est traitée assez rapidement, dans la suite d'un intérêt grandissant pour les aspects pédagogiques : la majorité des conservateurs et directeurs de musée d'ethnographie se positionnent en faveur des présentations plus esthétiques et de la prise en compte des qualités formelles des objets, supposant que ces présentations vont favoriser la transmission de connaissances. Ainsi, dans son cours de muséographie de 1935, Théodore Delachaux relève l'importance du dispositif pour attirer et instruire le visiteur : ce dispositif doit être le plus esthétique possible, tout en respectant la vocation pédagogique :

« Il faut éviter la monotonie des vitrines toutes semblables ; des parois libres doivent être aménagées pour recevoir des tableaux ou des photographies. [...] Mais il y a aussi l'exigence de la part du visiteur non-spécialiste et qui cherche à s'instruire. Il faut donc tenir compte dans une large mesure du point de vue didactique. »⁶⁴

⁶⁴ Rapport à la Commission du Musée ethnographique, Archives non publiées du Musée d'ethnographie de Neuchâtel, MEN Angola 1, 1935.

Pour Rivière, présentation esthétique et vocation pédagogique ne sont pas non plus à opposer. Ce dernier décide de «*rompre avec les scrupules archéologiques et ethnographiques*» pour présenter les objets de façon esthétique. Cela facilite la compréhension et l'assimilation du propos par les visiteurs et permet d'en attirer davantage.

Cette ambition voit la transformation des expositions: aux présentations géographiques succèdent des présentations typologiques ou thématiques qui permettent aussi le désengorgement des vitrines et le développement de la mise en dépôt des objets. La constitution des réserves dans les musées est un pas important dans la gestion de l'institution: elle interroge, parce qu'elle le rend possible, le choix des pièces présentées et le classement des objets entreposés. En outre, pour Rivière (1930), ce développement de l'esthétisme des dispositifs accompagne l'intérêt esthétique des objets eux-mêmes: il propose ainsi de considérer, sur le modèle des musées germaniques et scandinaves, l'objet à la fois comme une œuvre et un document. Dès 1937, le nouveau musée de l'Homme développe cette idée, selon laquelle l'appréciation esthétique ne peut se ressentir sans la compréhension des objets qui passe elle-même par leur contextualisation. L'émotion et le divertissement du public sont alors étroitement corrélés à la dimension pédagogique et la mise en scène autant que la mise en avant des qualités formelles des objets ont alors pour objectif autant de ravir l'œil que de servir le propos scientifique.

Même si depuis le début du xx^e siècle les musées d'ethnographie mettent en avant le caractère documentaire de l'objet, l'esthétique des pièces attire aussi l'attention des conservateurs: le musée du Congo à Tervuren possède un salon d'honneur, mis en place lors de l'Exposition internationale de 1897, présentant les objets considérés comme des chefs-d'œuvre⁶⁵. Marteen Couttenier, qui analyse en détail le dispositif de cette pièce, pointe la considération esthétique de la présentation des objets tout autant que la mise en avant de leurs qualités formelles, au même titre que les objets européens (Couttenier, 2015). Les objets sont en effet décrits comme de l'art dans le guide de l'exposition écrit par Théodore Masui, secrétaire général de l'exposition du Palais des Colonies, puis directeur du musée du Congo. Le musée belge n'est pas le seul à mettre en valeur certaines pièces sur la base de leurs qualités formelles: le conservateur du Musée d'ethnographie de Genève (MEG), Eugène Pittard, installe lui aussi

⁶⁵ Pour l'exposition de 1897, il s'agit d'œuvres d'art européennes, mais réalisées avec de l'ivoire. Le salon accueille cependant par la suite des œuvres non européennes considérées comme artistiques (COUTTENIER Marteen, «One speaks softly, like in a sacred place: collecting, studying and exhibiting congolose artefacts as african art in Belgium», *Journal of art historiography* 12, 2015, pp. 1-40).

dans son musée une salle «d'art nègre», louant régulièrement les qualités plastiques des pièces collectées⁶⁶. En outre, nous avons déjà vu ci-dessus que parmi les critères d'acquisition des pièces sur le terrain, tant pour les musées français que dans les musées suisses ou belges, les qualités formelles de l'objet jouent un rôle considérable. Ces critères se retrouvent aussi dans les acquisitions faites auprès des marchands: les objets sont souvent qualifiés de «belles pièces», de «très belles sculptures», une beauté qui va de pair avec leur destin de pièce de musée, ils sont «dignes de figurer dans un musée»⁶⁷, parce qu'ils sont beaux.

La reconnaissance de la beauté des productions non européennes ne sert pas uniquement des objectifs muséaux ou pédagogiques. De façon plus large, le paradigme choisi par le musée et la façon de considérer les arts, de découper le réel et de le présenter, est teinté d'enjeux politiques importants. Les années 1930 sont caractérisées par la montée du nazisme et de ses théories sur l'altérité en Allemagne. Au contraire des positions assimilationnistes prônées par l'Allemagne, la France se positionne comme profondément universaliste. Ceci se traduit dans les musées d'ethnographie par la reconnaissance de la diversité des populations et de leurs différences, et donc par la reconnaissance de formes artistiques différentes. Les musées d'ethnographie s'inscrivent dans cet objectif politique et proposent ainsi une mise en récit des objets qui met en avant l'existence de formes artistiques alternatives tout autour du monde.

Finalement, en alliant pédagogie et divertissement, usage des objets et intérêt esthétique, les musées d'ethnographie s'inscrivent dans les objectifs prônés par les expositions universelles et les expositions coloniales⁶⁸. Ces dernières présentent en effet de façon complémentaire des pièces de collection, des souvenirs d'artisanat produits spécifiquement pour les amateurs européens ou l'artisanat quotidien :

«Aspect pédagogique et aspect esthétique sont ici indissociables: l'exposition se veut inscrite dans une logique de démonstration autant que de séduction. La variété des objets fonctionne comme indice de la diversité

⁶⁶ Par exemple, dans un article paru à l'occasion de l'exposition *Les Masques dans le monde*, Eugène Pittard aborde la valeur esthétique des pièces présentées, voir AVG 350R., 431 (2/2), 19 août 1944, *La Patrie Suisse*. Ou encore dans un article au sujet de la nouvelle salle d'art nègre, Eugène Pittard affirme qu'un des objectifs de la salle est de montrer «l'esthétique artisanale la plus élevée», voir AVG 1133, 31 mai 1948, *Courrier de Genève*.

⁶⁷ Voir la correspondance d'Eugène Pittard avec les marchands entre 1900 et 1950, par exemple, citée dans DOYEN Audrey, *Les relations entre le musée d'ethnographie de Genève et ses marchands de 1900 à 1950*, mémoire de master réalisé sous la direction du professeur Pascal Griener, Université de Neuchâtel, 2012.

⁶⁸ Voir chapitre 1, point L'accroissement des collections publiques, p. 64.

ethnique des populations. S'ils sont sans hésitation aucune qualifiés comme "objet d'art", leur destin ultérieur illustre leur polysémie: ils seront en effet, à l'issue de l'Exposition, partagés entre le musée d'Ethnographie du Trocadéro et le musée permanent des Colonies.» (Estoile, 2007b: 80)

Les expositions sont cependant reçues de façons différentes: certains louent la qualité esthétique des pièces ou de la présentation générale, alors que d'autres y voient l'exposition d'une mise en ordre du monde spécifiquement évolutionniste. Ainsi, la même présentation de mêmes objets est interprétée différemment selon les préoccupations, l'expérience et le statut du regardeur. Ce changement de considération d'un même objet selon le regardeur s'illustre au Musée royal du Congo en Belgique où, après une période où les objets sont considérés tant pour leurs qualités artistiques que leurs qualités ethnographiques, Émile Coart et Alphonse de Haulleville remettent en question l'existence d'un art africain. Marteen Couttenier nous rappelle à juste titre (Couttenier, 2015):

*«The differences in opinion between Masui and Coard and de Haulleville show that, even within one institute, the same objects changed status from "artefact" to "art" and vice-versa, depending on the individual.»*⁶⁹

Il est difficile de savoir si ces considérations dépendent du statut et de la formation de chacun; il est par contre certain que les avis divergent pendant cette période sur la façon de collecter et d'exposer les objets ethnographiques, renvoyant souvent par là au rôle du musée d'ethnographie par rapport aux autres musées du paysage⁷⁰ ou, plus généralement, au rôle de l'institution muséale dans la société, qui regroupe trois objectifs distincts: un objectif scientifique, de conservation des objets et de documentation de ces derniers et des sociétés productrices; un objectif artistique, de présentation des qualités formelles des objets et de la tentative de les inscrire dans une histoire de l'art générale; un objectif didactique, par la volonté de transmettre les connaissances et d'instruire le public grâce à ces collections et savoirs existants.

⁶⁹ *«Les différences d'opinions entre Masui, Coard et de Haulleville montrent que, même au sein d'une même institution, l'objet est tour à tour considéré comme "objet ethnographique" et "objet d'art" selon les individus.»*

⁷⁰ Par exemple, pour Arnold van Gennep, la collecte et l'exposition de belles pièces à valeur marchande sont dévolues aux musées d'art VAN GENNEP Arnold, «Quelques lacunes de l'ethnographie actuelle», in GONSETH Marc-Olivier, HAINARD Jacques, KAEHR Roland (éd.), *100 ans d'ethnographie sur la colline de Saint-Nicolas: 1904-2004*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie, 1914 [2005], p. 47: *«Ils ont la tendance à rechercher ce que l'on nomme de belles pièces, ou des pièces de musée, et des objets qui ont une valeur marchande intrinsèque et manifeste; or ce doit être là le but des musées de beaux-arts et d'art industriel.»*

Les spécificités nationales du développement des musées d'ethnographie

Ces questionnements sur les choix des paradigmes à adopter dans les musées se retrouvent aussi bien dans les musées français que belges ou suisses. Cependant, il est intéressant de noter que cette cohérence ne s'observe pas forcément au-delà de ces pays et que des différences se dessinent avec d'autres régions du monde, notamment les pays anglo-américains. Ces différences concernent notamment trois grands éléments : l'institutionnalisation de l'ethnologie et ses objets ; la vision et le rôle du musée d'ethnographie ainsi que son modèle de financement ; enfin, le développement de la relation entre ce modèle muséal spécifique et cette discipline ethnologique institutionnalisée. Ces trois niveaux nous intéressent, car ils éclairent le processus de construction de la catégorie spécifique des objets d'art africain et océanien en en questionnant la portée géographique.

Les spécificités nationales du développement de l'ethnologie

Les contextes historique, politique, économique et social de chaque pays pèsent sur le développement et la construction du système académique, et par extension sur les processus d'institutionnalisation des disciplines et des collections. Il est donc intéressant pour comprendre la formation d'une catégorisation cohérente des objets ethnographiques de souligner que l'ethnologie française se distingue au début du XX^e siècle par ses choix de terrain et de méthode.

Nous avons vu que, parmi les choix scientifiques qui s'offraient aux musées d'ethnographie et aux ethnologues durant le processus de développement institutionnel de la discipline et de son musée, le paradigme naturaliste adopté par les scientifiques avait entraîné une séparation du travail ethnographique, séparation très prégnante en France : s'observe ainsi un découpage entre le terrain, où s'effectue la collecte de données, et les établissements – muséaux et universitaires – où se construit la pensée. Cette disjonction est peu à peu abolie par la suite en France, en Belgique et en Suisse, mais l'est bien avant dans les pays anglo-américains. Par ailleurs, l'ethnologie française développe, comme nous l'avons vu plus haut

avec quelques exemples des terrains de Griaule, une méthode empirique « intensive » et systématique (Griaule, 1947 : 19), capable de décrire la totalité d'une société, ainsi qu'une focalisation accrue sur l'Afrique et l'Afrique noire plus particulièrement. Cette focalisation, doublée par la division disciplinaire en aire géographique, elle-même renforcée par l'organisation pyramidale de la collecte de données et de la théorisation, contribue à instaurer un découpage géographique qui va pérenniser en France une profonde séparation entre africanisme et américanisme. L'Afrique se verra accorder une place prépondérante au sein des recherches en ethnologie. Les objets africains acquièrent une place de choix dans les collections des musées d'ethnographie français, au détriment d'objets sud ou nord-américains – contrairement aux collections américaines où ces derniers auront une place plus importante – ou d'objets asiatiques – qui, grâce au développement de l'orientalisme quelques années plus tôt, ont déjà trouvé leur place dans des collections consacrées, telles celles du musée Guimet à Paris.

Ce développement différent entre l'ethnologie francophone et anglophone se double d'une fracture (entre l'ethnologie telle qu'étudiée et pratiquée dans les musées et l'ethnologie en tant que discipline universitaire) qui s'amorce dès les années 1930 et trouve son accomplissement schématiquement après la Seconde Guerre mondiale autour de deux développements majeurs : celui de l'anthropologie structurale et celui des réflexions postcoloniales.

Le développement de l'anthropologie structurale par Lévi-Strauss dans les années 1940 fait des relations sociales l'intérêt principal de la recherche, et s'affranchit des productions matérielles des cultures et donc de l'institution qui les conserve : le musée. Ce mouvement s'illustre aussi par la disparition progressive mais presque totale des collections d'universités. Cette fracture multiplie les lieux de production des discours sur les Autres : conservateurs de musée, chercheurs et professeurs d'universités et marchands développent leurs propres recherches et discours sur les objets et les cultures qui les produisent, fragmentant ainsi les points de vue et discours.

En dehors du développement de l'anthropologie structurale, l'ethnologie évolue de manière importante dans la seconde moitié du xx^e siècle, notamment sous l'impulsion des réflexions postcoloniales et post-modernes : la décolonisation, les questionnements sur le passé colonial et les protestations des intellectuels africains sur la réification de l'Afrique par le monde colonial amènent les ethnologues à s'interroger de façon de plus en plus

intense sur leurs pratiques et sur le rôle et les objectifs de la discipline. Dans les années 1950, Michel Leiris est un des premiers ethnologues français à mettre en doute les déclarations sur le concept d'authenticité et les objectifs que servent les ethnologues au travers de cette recherche d'authenticité; certains d'entre eux désignent de plus en plus l'essence des sociétés⁷¹ comme une construction et remettent en question le paradigme du « *one tribe, one style* »⁷² (Kasfir Littlefield, 1984). Un « malaise ethnographique postcolonial » s'installe, qui amène la discipline à de fortes remises en causes dans l'après-guerre et qui donne naissance, dès les années 1980, aux écrits post-modernes et réflexifs par et sur l'anthropologie. Ces derniers remettent parfois totalement en cause l'existence même des musées d'ethnographie, perçus comme les bras armés des ambitions coloniales, et les traces contemporaines d'un monde disparu, tel le texte de Jean Jamin « Faut-il brûler les musées d'ethnographie ? » (1998). Ils interrogent le rôle de ces musées, les types de collections que ces derniers doivent exposer, et les modalités de présentation des objets. Ces fractures et remises en question influencent forcément en parallèle la formation et le développement des musées d'ethnographie: la focalisation, par exemple, des ethnologues français sur l'Afrique va ainsi participer à créer une forme de « goût français » pour certains objets plutôt que d'autres, goût que l'on retrouve encore actuellement dans les pratiques des institutions, des marchands, et des collectionneurs.

Paradigme français vs paradigme américain ?

Les questions posées par l'ethnologie à son musée seront résolues différemment selon les pays, qui voient les modèles muséaux se différencier sur plusieurs niveaux. Premièrement, dans la vision même du rôle du musée d'ethnographie et des caractéristiques de ses collections: du côté français, la focale se positionne, sur l'impulsion de toute une génération d'ethnologues (Marcel Mauss, Maurice Delafosse qui, avec Lucien Lévy-Brühl et Paul Rivet, fondent l'Institut d'ethnologie), sur le rôle d'objet comme preuve et illustration d'un fait social. La culture matérielle est au centre

⁷¹ J'entends ici par essence, *essentia* dans son acception platonicienne, reprise par Sénèque (Ep. 58, 6): la nature et l'ensemble des caractères constitutifs d'un objet, qui fait de celui-ci l'archétype et le modèle des autres.

⁷² Qui considère les sociétés comme circonscrites dans le temps et l'espace et possédant chacune un style défini révélant l'essence de la société.

de l'intérêt, l'objet étant vu comme le témoin du fait social de sa société de production. On retrouve cette vision chez tous les acteurs des musées belges, français et suisses de l'époque, tant chez Delachaux que chez Rivet ou chez Olbrechts :

« Presque tous les phénomènes de la vie collective sont susceptibles de se traduire par des objets donnés, à cause de ce besoin qui a toujours poussé les hommes à imprimer à la matière la trace de leur activité. Une collection d'objets systématiquement recueillis est donc un riche recueil de "pièces à conviction", dont la réunion forme des archives plus révélatrices et plus sûres que les archives écrites, parce qu'il s'agit d'objets authentiques et autonomes, qui n'ont pu être fabriqués pour les besoins de la cause et caractérisent mieux que quoi que ce soit les types de civilisation. » (Museum d'Histoire naturelle, 1931 : 6-7)

Cette focalisation sur la culture matérielle et le contexte de production et d'utilisation des objets a des influences importantes sur les modalités de structuration du musée et de ses collections ainsi que sur le type d'expositions présentées. Ces dernières sont davantage didactiques et focalisées sur le rôle des objets et les objets sont présentés dans des musées dits d'ethnographie et non dans les musées d'art. Ces pratiques sont différentes de celles en cours en Angleterre ou aux États-Unis au même moment (Clifford, 1996 ; Dias, 1989) : par exemple, l'exposition *African Negro Art* du MoMA de New York en 1935, présente les objets dans la catégorie de l'art, et selon Maureen Murphy l'exposition de 1923 *Primitive Negro Art* au Brooklyn Museum « est la première du genre à prendre place dans un musée d'art ». Elle est aussi la première à être présentée « sous la classification de l'art, en tant que représentative d'une impulsion créative, et non dans le but d'illustrer les coutumes des peuples d'Afrique »⁷³ (Murphy, 2009 : 161).

Cette différence entre musées anglo-américains et français est souvent soulignée comme paradigmatique (Fossey, 2011 ; Murphy, 2009)⁷⁴, mais elle se concentre aussi surtout sur un plan financier, et non uniquement sur un plan de présentation ou de traitement des objets. En effet, pour Raymonde Moulin (1995), c'est le système de financement qui diffère entre musées francophones et anglophones : la tradition philanthropique américaine et le libéralisme

⁷³ Citation des archives du Brooklyn Museum, reprise par Maureen Murphy (2009), p. 161, note 190.

⁷⁴ Notons que si ces deux paradigmes sont souvent opposés, il existe parfois certaines nuances, comme l'intégration d'un paradigme soviétique ou allemand, les pays communistes ayant fourni l'exemple d'une administration bureaucratique complexe sous un contrôle politique et idéologique total (Moulin, 1995).

économique ont ainsi selon elle grandement participé à diminuer le rôle de l'État dans les fonctionnements des musées anglo-américains. À cela s'ajoutent les considérations juridiques et légales, les pays anglo-américains reposant sur le *common law* et un droit jurisprudentiel alors que les pays européens appliquent un droit latin. Ces mêmes différences institutionnelles sont pointées par Pomian (1987: 301) et ont, selon lui, des répercussions sur l'organisation des musées et les choix des objets conservés et présentés: le système américain, davantage financé par des fonds privés, permet en effet une marge de manœuvre plus grande que le modèle français; l'imbrication dans des logiques marchandes et économiques a orienté le développement des musées américains en des ailes consacrées à des donations d'objets par certains collectionneurs et les expositions ont bénéficié d'un fort apport des marchands, non seulement en objets, mais aussi par leur décision sur les dispositifs de présentation des pièces. Si cette collaboration n'est pas inexistante en France, elle reste bien moindre qu'aux États-Unis.

Ces différences institutionnelles ne s'appliquent pas uniquement dans les rapports entre le musée et le marché; comme le rappelle François Mairesse (2002), le projet muséal se complexifie durant l'entre-deux-guerres avec notamment la réception de nouveautés – tant technologiques qu'idéologiques – venues des États-Unis: se développent les idées de «rôle social» des musées ainsi que la gestion du musée comme une entreprise. Nous retrouvons alors ici les deux paradigmes précédents: une vision «américaine», selon laquelle le musée est au service de la société, et une vision «européenne», selon laquelle le musée est davantage un luxe public. Dans la conception «européenne», le musée serait moins nécessaire à la société que d'autres institutions: les sociétés ne peuvent se permettre de fonder des musées que lorsqu'elles ont atteint un certain degré de richesse, l'institution muséale ainsi créée témoignant de la puissance et du degré de civilisation de sa société. Au contraire, la vision américaine propose de voir le musée comme un facteur d'enrichissement (Mairesse, 2002: 60-63). Si le débat se complexifie peu à peu et a aujourd'hui dépassé cette vision dichotomique qui attribue des logiques de rentabilité et de dispositifs dits «*orientés publics*» aux musées américains et des objectifs de recherche et de focalisation sur les collections aux musées européens, ces deux visions différentes du rôle du musée ont des implications concrètes sur les dispositifs expographiques et les objets conservés. Ces paradigmes nous rappellent aussi que les musées s'institutionnalisent différemment selon les époques et les lieux et sont donc imbriqués dans des rapports de pouvoir différents.

Ces considérations générales se retrouvent dans les musées d'ethnographie. Le lien fort à l'État est prégnant en France, par les différentes fonctions que possède le musée : enseignement, recherche, conservation. Si le musée entretient un lien étroit avec l'État français, ce n'est pas uniquement dans ses rapports de gestion de l'institution muséale, mais aussi dans ses rapports avec d'autres institutions de l'État : la recherche et l'éducation académique, mais aussi le développement économique et politique des colonies et donc de la France.

Ces caractéristiques ne se sont cependant pas limitées à la France et il est intéressant de considérer dans quelle mesure ce paradigme a eu des influences sur les pays limitrophes, comme la Suisse et la Belgique, ou s'est développé de façon identique dans ces pays. La conception de l'objet ethnographique comme témoin d'une culture matérielle, caractéristique qui influence durablement la conception du musée d'ethnographie se retrouve au musée du Congo belge, chez Olbrechts, ou aux musées d'ethnographie de Genève et de Neuchâtel.

Si la Suisse ne peut prétendre entretenir les mêmes relations à l'État concernant la place du musée d'ethnographie dans le développement des colonies, leurs rapports sont cependant soutenus, voire parfois conflictuels. Ainsi, à Neuchâtel, l'enseignement de l'ethnologie relève du Canton, alors que le musée d'ethnographie est géré par la Ville ; au moment de remplacer Charles Knapp, conservateur du musée et professeur à l'Université, le Canton et la Ville entrent alors en tractations qui se soldent par un échec et la suspension de la chaire d'ethnologie. En outre, si la Suisse ne repose pas sur des colonies pour acquérir des objets et structurer le développement de la discipline, les musées d'ethnographie suisses s'inscrivent dans le contexte colonial de manière alternative : ainsi, ils profitent des réseaux coloniaux mis en place par leurs voisins (Reubi, 2011 : 47) et les utilisent en négatif pour justifier d'un nouveau discours identitaire (Doyen, 2012 : 15). L'exploitation de ces réseaux coloniaux se fait par l'engagement de colons ou de missionnaires par les directeurs de musées suisses⁷⁵, mais aussi par leur insertion dans les réseaux de ventes des galeries, qui utilisent largement les voies coloniales françaises et belges. En outre, comme le relève Serge Reubi, le musée d'ethnographie tel qu'il se développe en

⁷⁵ Ainsi la correspondance d'Eugène Pittard au Musée d'ethnographie de Genève montre les nombreuses demandes du directeur du musée à des colons, missionnaires ou mêmes institutions coloniales étrangères (par exemple, Eugène Pittard au ministère des Colonies du Royaume de Belgique, le 2 novembre 1918, AVG 350.A.1.1.1.4/12).

France influence les pratiques dans les musées suisses : dans son historique de ces derniers, il conclut qu'on ne peut parler d'une «*école suisse*» au vu de l'hétérogénéité du paysage muséal helvétique (Reubi, 2011 : 58), et que «*deux modes de constitution des musées ethnographiques suisses se dessinent*» (Reubi, 2011 : 193). Le premier se développe du côté germanophone et le second du côté neuchâtelois et genevois ; les premiers sont influencés par la structure patricienne protestante bâloise et les recherches allemandes, notamment humboldtiennes, alors que les seconds sont influencés par le musée du Trocadéro (Eugène Pittard du MEG y sera formé, par exemple) et les savants français, les frontières linguistiques n'étant de loin pas étrangères à cette division (Reubi, 2011 : 375).

Les relations entre le musée d'ethnographie et sa discipline

Dès leur fondation à la fin du XIX^e et au début du XX^e siècle, les musées d'ethnographie sont indissociables de la discipline dont ils sont censés être l'émanation. Si des modèles muséaux spécifiques se développent en parallèle dans des pays différents et que les disciplines académiques s'institutionnalisent différemment, il n'est donc pas étonnant que les relations entre ces deux sphères soient différentes selon les pays.

En France, au début du XX^e siècle, le musée d'ethnographie et l'ethnologie sont inextricablement liés et réunissent en des lieux géographiques souvent communs des centres de documentation, de recherche, de formation, de transmission, d'enseignement, de conservation des objets, etc. Les relations entre les musées et la recherche sont très fortes ; pour exemple, les expéditions scientifiques, comme nous l'avons vu, sont le terrain de la recherche scientifique, de la collecte d'objets ou de la formation coloniale, et servent aussi bien le musée d'ethnographie que l'ethnologie. La situation semble illustrer une profonde convergence entre les deux, convergence qui trouve son achèvement dans le concept de musées-laboratoire au sein desquels les ethnologues sont à la fois chercheurs, muséologue et conservateurs. Georges Henri Rivière étend cette vision au Musée national des arts et traditions populaires, puisque dès son arrivée en tant que directeur, il y rattache le Centre d'ethnologie française du CNRS. Ainsi, la recherche académique et l'institution muséale restent liées, le directeur du musée assumant aussi la direction du laboratoire de recherche du CNRS. Cependant, dès le moment de l'institutionnalisation de l'ethnologie au début du XX^e siècle et de son essor dans les universités,

en dehors du musée, le fossé se creuse de plus en plus : le musée reste majoritairement attaché à l'étude des productions matérielles, et la discipline, comme nous l'avons vu, se tourne davantage vers l'étude des pratiques et des représentations, fondamentalement immatérielles. Le fossé se creuse aussi entre les professionnels : pour les ethnologues investis dans la recherche théorique et académique, l'étude des objets ne fait pas progresser l'ethnologie de façon significative. Ce schisme était déjà embryonnaire dans les remarques faites par Arnold van Gennep à ses collègues du Musée d'ethnographie de Neuchâtel dans les années 1920 : pour ce dernier, classer et décrire des objets entrés dans un musée n'a aucun sens, ces derniers ayant perdu leur valeur d'usage au moment de leur entrée au musée. Cette réflexion sur la perte de la valeur initiale de l'objet au moment de son arrivée dans des collections muséales s'intensifie dans le contexte de l'après-guerre et de nombreuses voix s'élèvent pour affirmer que les objets ethnographiques ne peuvent avoir qu'une valeur esthétique une fois retirés de leur contexte d'utilisation. Ces affirmations s'inscrivent dans des réflexions plus larges autour de la place du musée : la volonté du musée de recréer le réel est remise en cause et les recherches mettent en évidence la réécriture et la reconstruction du réel qu'opère l'institution muséale, plutôt que l'imitation qui en est désirée. Le divorce entre la discipline et son musée est alors consommé.

Les musées d'ethnographie en France et dans les pays limitrophes possèdent donc de véritables spécificités, notamment par rapport à leurs voisins anglo-américains.

Premièrement, dans la manière d'appréhender, de valoriser et de catégoriser les objets ethnographiques : les musées francophones prennent ainsi davantage en compte les fonctionnalités des objets que leur esthétique. Même si nous avons vu que l'esthétique de la présentation des objets n'est pas évacuée, contrairement à ce qui a pu être reproché à certains musées. Le contexte de production des objets et leur statut d'objet-témoin restent les éléments majeurs de leur valorisation.

Deuxièmement, dans la relation entre université et musées : de fusionnelle, au début du siècle, avec la création du concept de musée-laboratoire, la relation se fissure dans la seconde moitié du xx^e siècle, et la séparation est consacrée notamment par l'évolution de la discipline ethnologique dont les recherches se focalisent davantage sur des représentations et par l'évolution du musée, dont les recherches se focalisent sur les objets, leur histoire et leur provenance.

Finalement, le fonctionnement et la vision même du musée d'ethnographie se développent différemment entre musées anglo-américains et français : les pays anglophones voient ainsi se développer une conception du musée orientée public, dans laquelle tout le fonctionnement du musée tend à démocratiser la culture et satisfaire le bien-être du visiteur, alors qu'en France le musée se consacre prioritairement et jusque dans les années 1980 davantage à ses missions de conservation et de recherche. En outre, le fonctionnement économique des institutions diffère aussi sensiblement, les musées américains favorisant des financements privés et les musées français instaurant une «exception culturelle française» dans laquelle l'État prend en charge la majorité du soutien financier de la culture.

Ces spécificités contribuent à créer une zone de sélection géographiquement limitée des objets ethnographiques et participent à modeler certaines caractéristiques de la catégorie dont nous essayons de brosser le portrait : un intérêt pour l'Afrique, par exemple.

Les relations entre musées et marchés : allers-retours dans les qualifications des objets

Nous avons jusqu'ici traité séparément la construction de la catégorie des objets qui nous intéressent par les musées et par les marchés : l'histoire de l'appréhension de ces objets est en effet différente entre ces deux sphères qui ne conçoivent pas pareillement le rôle et la signification de ces objets et qui connaissent des évolutions et des enjeux qui leur sont propres, comme nous l'avons vu (institutionnalisation, développements de marchés, etc.). Cependant, ces deux mondes ne restent pas hermétiques l'un à l'autre, bien au contraire : collaborations, oppositions, séparations... Les différentes modalités de leurs relations construisent les représentations des objets et produisent autant de discours sur l'Autre. En effet, du côté des musées, ces derniers ne sont pas séparés des enjeux économiques qui touchent les objets ethnographiques : la valeur financière des pièces, bien que peu mise en avant, reste un critère de collecte des objets ; du côté des marchés, ces derniers s'intéressent aux significations des objets et à leurs liens avec les sociétés d'origine, cherchant ainsi bien souvent des informations du côté de la recherche scientifique alors intégrée au musée, comme nous l'avons vu. Ces croisements interrogent : comment sont gérées les relations entre ces deux mondes et quelles sont les conséquences de ces chorégraphies sur

la définition et l'évolution de la catégorie des objets ethnographique, pour les musées, et de la catégorie d'art africain et océanien, pour les marchés ?

Les relations entre les marchands et les musées d'ethnographie

Pendant très longtemps, les ethnologues et les conservateurs de musée sont les maîtres du discours sur l'objet ethnographique grâce à la place prépondérante de l'institution muséale dans le champ. Le musée d'ethnographie des années 1930 est au centre de tout : lié à l'institutionnalisation de l'ethnologie, à sa structuration, son développement, son enseignement, il est aussi hôte des sociétés de géographie, d'ethnologie ou d'autres instituts, l'éditeur des bulletins et des publications de la discipline ; il est encore centre de commande des recherches, lieu de propagande coloniale, mais aussi de divertissement, école, laboratoire, université, parc d'attractions. Il fédère les enjeux politiques, économiques et scientifiques d'une Europe alors en transformation profonde.

Pendant, en parallèle, les arts africains et océaniens prennent une place de plus en plus importante sur les marchés et les critères esthétiques sont souvent mis en avant par les marchands, qui reprochent aux musées de les passer sous silence. Les deux sphères ne restent cependant pas imperméables l'une à l'autre : les marchands s'investissent dans la production et la transmission du savoir concernant les objets en prêtant leurs propres objets ou ceux de collectionneurs pour les expositions des musées d'ethnographie, comme Ratton en 1932 pour l'exposition « Bronzes du Bénin » au musée du Trocadéro, Guillaume, ou Carré⁷⁶.

Charles Ratton fait par exemple collaborer Georges Henri Rivière – alors en pleine restructuration du musée du Trocadéro avec Paul Rivet – à la rédaction du catalogue de la vente de la collection De Miré en

⁷⁶ Notons que les collectionneurs aussi, prêtent leurs objets tant pour les expositions en galeries que pour celles en musées, comme Félix Fénéon qui avait contribué à *Art indigène des Colonies françaises* au pavillon de Marsan (1923), *Art Nègre* au studio des Champs-Élysées (1924), *Exposition d'art africain et océanien* à la galerie du Théâtre Pigalle (1930), *Les arts anciens de l'Afrique Noire* au Palais des Beaux-Arts de Bruxelles (1930), *Negro Art* à Jordan Marsh & Compagny à Boston (1931) et *La vérité sur les Colonies* au Pavillon soviétique de l'Exposition coloniale de Paris (1931). Pour plus de détails sur Félix Fénéon en général, voir FÉNEON Félix, HALPERIN Joan, *Œuvres plus que complètes*, Genève, Droz, 1970, 1087 p. ainsi que l'ouvrage de DAGEN Philippe, *Le peintre, le poète, le sauvage : les voies du primitivisme dans l'art français*, Paris, Flammarion, 1998, 285 p.

1931 ; les marchands participent au rayonnement du musée en créant ou dirigeant les sociétés des amis, comme Ratton qui fonde avec Paul Rivet et Georges Henri Rivière en 1937 la Société des amis du musée de l'Homme ; ils sont membres des sociétés savantes et des instituts, comme Pierre Vérité à la Société des Africanistes ; ils promeuvent le musée et ses événements, voire les financent. Ainsi, la mission scientifique suisse en Angola est financée pour moitié par des investisseurs privés, de même que la mission Dakar-Djibouti. Ces expéditions nécessitent en effet des moyens très élevés, notamment en logistique, ce qui explique la mutualisation des ressources sur une seule expédition pour différentes disciplines. Si l'État finance une partie des expéditions (3 000 francs à Delachaux pour l'Angola, par exemple), elles doivent toujours être complétées par des apports privés : mécènes externes ou membres de la mission eux-mêmes. Ainsi, Delachaux met 4 000 francs de sa poche pour financer la mission suisse en Angola et sollicite de nombreuses entreprises régionales ainsi que des fortunes locales qui le soutiennent en nature ou en espèce (Reubi, 2011 : 187). Du côté français, c'est un gala de boxe qui permet à Georges Henri Rivière et à Paul Rivet de boucler le budget de la mission Dakar-Djibouti⁷⁷. Une très grande partie des places de ce gala sont achetées par des mécènes tels que Raymond Roussel, Charles de Noailles ou Pablo Picasso. Le mécénat est donc une source de financement fréquente à cette époque et le système est relativement hybride. En outre, les relations entre marchands et musées s'illustrent dans les achats des pièces par les ethnologues chez les marchands installés en Europe, notamment auprès de marchands réputés, tels que Charles Ratton ou Pierre Vérité. Plus encore, les ethnologues ont aussi conscience des apports que les secteurs privé et marchand peuvent apporter à l'institution muséale, comme Delachaux en son temps, louant les vitrines de magasins et de galeries⁷⁸. Finalement, la création de la revue *Documents* par Georges Bataille, Pierre d'Espezel et Georges Wildenstein en 1929 réunit artistes, marchands et anthropologues qui trouvent un terrain d'entente sur de nombreux points (Hollier, 1991) : la majorité des acteurs du champ sont en effet d'accord sur le fait que l'objet ethnographique ne possède pas qu'une seule valeur d'échange, mais

⁷⁷ L'événement, intitulé « Les poings au service de la science », présente Al Brown, champion du monde, qui propose d'offrir son cachet pour l'occasion : « *Il est à peine exagéré de se dire qu'une part importante de l'ethnographie moderne s'est jouée dans un espace de six mètres sur six, ni de penser que dix rounds de trois minutes furent décisifs au sort de la première mission ethnographique et linguistique française qui, de 1931 à 1933, allait parcourir des milliers de kilomètres entre Dakar et Djibouti.* » (Mare, 2017 : 42)

⁷⁸ Rapport du Musée ethnographique de Neuchâtel, 1935. Archives du MEN non publiées, MEN Angola 1.

est aussi pourvu d'une valeur d'usage. Cet usage est cependant pour les uns le reflet d'une pratique sociale et vient enrichir notre connaissance générale du monde ; pour les autres, le perturbateur de ce savoir qui permet sa dé(con)struction.

Ainsi, bien que les deux sphères se disputent et questionnent la légitimité du récit proposé pour ces objets et bien qu'ils construisent chacun des discours différents sur les objets qu'ils vendent, conservent et acquièrent. Ces différents discours ne se déploient pas de manière hermétique et les marchés et musées collaborent régulièrement au début du xx^e siècle, se croisent et se sollicitent. Ethnologues et marchands collectionnent ainsi les mêmes objets, et énoncent un objectif similaire : étendre la connaissance des Autres.

La valeur financière des pièces : enjeu moral et patrimonial

Ces croisements entre les deux sphères – marchande et muséale – ne se réalisent pas uniquement dans les collaborations entre marchands et ethnologues, mais aussi dans la diffusion des aspects économiques dans la sphère muséale : la valeur financière des pièces, qui peut sembler ne relever que du domaine du marché, est en effet un enjeu important, et ce depuis le xx^e siècle, du côté des institutions muséales. Les conservateurs ont conscience du potentiel économique des pièces qu'ils collectent : les arguments afin de trouver des fonds soulignent la valeur marchande, et les investissements possibles, des objets collectés. Par exemple, la mission neuchâteloise en Angola sera bien plus rentable que n'importe quel autre moyen d'acquisition, puisqu'avec les 3 000 francs suisses alloués par les pouvoirs publics pour financer l'expédition, Théodore Delachaux rapporte 3 500 objets (Knodel, 2010 : 200), d'une valeur approximative de 10 000 francs suisses⁷⁹. Delachaux en était conscient, puisqu'il avait pointé cet argument auprès des autorités de la Ville, soulignant non seulement que l'investissement initial permettait de faire des économies immédiates,

⁷⁹ Il est difficile d'évaluer à combien 10 000 francs suisses de 1930 équivalent aujourd'hui en euros, voire en francs suisses, puisque la situation monétaire entre la France et la Suisse est très compliquée dans les années 1930 : au début des années 1930, le franc suisse acquiert le rôle de valeur refuge à cause de la crise économique mondiale, mais la tendance se renverse en 1933.

mais qu'en plus, les pièces rapportées étaient un investissement en elles-mêmes (Reubi, 2010: 88):

«L'investissement est important mais il est sûr, puisque c'est "une valeur qui augmentera toujours et à tous les points de vue"⁸⁰. L'argument n'est pas neuf et se retrouve à Bâle comme à Genève où Eugène Pittard considère ses collections comme "un véritable placement [...] qui, toujours, augmentera de valeur"⁸¹.»

La valeur financière des pièces est une préoccupation qui se retrouve dans d'autres institutions et à d'autres époques et s'illustre particulièrement dans le cas du Musée royal de l'Afrique centrale au moment de la décolonisation. En effet, l'indépendance du Congo belge est proclamée le 30 juin 1960 et le musée du Congo belge devient à ce moment le Musée royal de l'Afrique centrale (MRAC)⁸². En janvier 1960, une table ronde réunit des délégués congolais et bruxellois à Bruxelles. Les Congolais demandent l'indépendance, mais ont aussi d'autres revendications: différents problèmes entre la colonie et la Belgique ainsi que le rapatriement de l'or à Bruxelles font naître un sentiment de spoliation chez les Congolais qui demandent l'inventaire de divers biens, dont les objets des collections du musée du Congo belge.

Ces revendications sont prises très au sérieux en Belgique. L'inquiétude est même telle que le ministre des Colonies demande à l'Administrateur général, André Durieux, de vérifier légalement à qui appartiennent les collections du musée. André Durieux livre son rapport qui stipule que les collections sont divisées en plusieurs catégories et qu'une partie du patrimoine appartient à la Colonie, une autre à la Belgique métropolitaine. Le statut du musée n'est pas certain: il devrait être considéré comme une institution coloniale, mais il est aussi un service extérieur du ministère du Congo belge. Cet état des lieux ne convient pas au directeur du musée, Lucien Cahen, pour qui il faut aussi prendre en considération des éléments extrajuridiques: le mode d'acquisition des collections (réquisitions, achats

⁸⁰ DELACHAUX Théodore, *Conférence préparatoire pour la 2^e mission scientifique suisse en Angola 1932-1933*, Neuchâtel (Archives MEN), manuscrit non publié, p. 5, 1931.

⁸¹ *Procès-verbal de la commission du musée d'ethnographie de Genève*, 24 novembre 1938 (Archives MEG 350R.0689).

⁸² Notons que le nom du musée a été plusieurs fois remis en question, suivant les mouvements des collections: en effet, puisque le musée abrite des objets océaniques, plusieurs propositions ont été faites pour renommer le musée de façon plus large. Aucun consensus n'a été trouvé, rappelant par là le problème de définition des collections et donc des noms des musées d'ethnographie qu'a aussi connu le musée du quai Branly – Jacques Chirac au moment de sa création.

aux Africains, achats en Europe, dons, legs ou échanges), les largesses du Congo vis-à-vis des musées étrangers (le musée de Tervuren ne monopolise donc pas les collections congolaises et il existe une démarche d'internationalisation de la question de la propriété des objets muséaux), l'existence au Congo de collections (il n'est pas vidé de son patrimoine). Ces réflexions concernent notre propos, spécialement sur ce dernier point : Cahen établit une différence entre des objets ethnographiques et des objets artistiques, et pose la question de la valeur marchande de ces objets. Il est évident que la valeur économique des pièces sera un argument central du débat. Le refus de rendre la totalité des collections au Congo s'articule aussi sur plusieurs points : les conditions de conservation en Afrique sont jugées mauvaises et, dans le cas où les objets seraient rapatriés, le patrimoine serait morcelé et donc non étudiable dans son ensemble.

Refusant de restituer les objets, la Belgique propose alors en compensation la construction de musées au Congo, avec l'assistance scientifique et culturelle du personnel du musée de Tervuren. Cette décision n'est cependant jamais ratifiée et, en 1966, Joseph-Désiré Mobutu, à la tête de la deuxième République démocratique du Congo rebaptisée Zaïre, remet cet argument sur le tapis. Il notifie le ministre des Affaires étrangères de Belgique de sa décision de construire un musée à Kinshasa. Il demande la collaboration du musée de Tervuren et la direction du projet toujours par Cahen. Du côté du MRAC, cette solution est avantageuse, car elle permet l'arrêt des pressions sur la restitution des collections. Cahen propose même que le MRAC cède deux cents objets aux musées du Congo ; il s'agit majoritairement de doubles de la collection, mais estimés par Cahen à une valeur marchande de 16 356 000 francs belges (Mumbembele, 2014-2015 : 225). L'estimation financière du don de Tervuren au Congo montre que la valeur monétaire des pièces fait partie des enjeux de la restitution : la compensation est aussi financière.

La rupture entre musées et marchés et le musée du quai Branly – Jacques Chirac

Si dans les années 1930 les relations entre marchands et musées sont régulières, la situation se modifie considérablement après la Seconde Guerre mondiale. Au musée de l'Homme, par exemple, Jean Guiart, qui a repris la direction du laboratoire d'ethnologie en 1973, refuse d'acheter

aux marchands. Il acquiert les pièces majoritairement sur le terrain ou procède à des sélections lorsque des objets sont arrêtés par les douanes dans le cadre de trafics illicites.

Les relations entre musées et marchés connaissent une forme de «rigidification» qui s'explique par trois facteurs majeurs : tout d'abord, le contexte de décolonisation est souvent avancé pour expliquer cette rupture des musées d'ethnographie avec le monde marchand. Les personnes interrogées évoquent une «coupure nette dans les années 1980», mais «*c'était dans l'air*», car il flottait «*un sentiment de culpabilité*» et une prise de conscience : «*“tout le mal qu'on a pu faire”, c'est un sentiment très fort dès les années 1960, puis 1980*»⁸³.

Une forme de scission entre l'art et l'ethnologie se creuse aussi du côté de la recherche académique : le débat sur le statut de l'objet ethnographique – est-il de l'art ou non ? – et sur la meilleure façon de le présenter au public est prégnant et s'intensifie dans les années 1980 et 1990. Jean Jamin développe encore davantage la notion d'objet-témoin en l'inscrivant dans une perspective «contre-esthétique» : il milite pour une présentation des objets qui va au-delà de leur valeur esthétique, qui soit plus théorique, sans cependant nier complètement les qualités formelles d'un objet (Jamin, 1998)⁸⁴.

Finalement, le contexte néo-libéral se développe et accentue le processus de privatisation de l'État : loin de fluidifier les contacts entre les sphères privée et publique, ces glissements tendent à rigidifier les positions individuelles des acteurs investis dans les institutions muséales. Si certaines pièces du musée de l'Homme sont par exemple encore ponctuellement achetées chez des marchands, plusieurs collaborateurs du Musée ont rapporté que le mot d'ordre qui circulait était «pas de contacts directs avec les marchands». Un chercheur, se remémorant les années 1980 au musée de l'Homme confie : «*[En] 1950-60 ça marchait bien en fait, c'est vraiment dans les années 1980 que ça s'est vraiment dégradé. Parce qu'auparavant il y avait de très bonnes relations.*»⁸⁵

⁸³ Toutes ces citations sont extraites d'entretiens avec d'anciens ou d'actuels collaborateurs et chercheurs du musée de l'Homme entre septembre 2014 et septembre 2015. Notons que ce positionnement est alors général dans les musées qui reçoivent la majorité de leurs deniers des pouvoirs publics et n'ont pas de réels besoins de trouver des financements extérieurs.

⁸⁴ Voir la revue de littérature effectuée par Fabien van Geert au sujet de la crise du musée d'ethnographie dans les années 1990, dans *Du musée ethnographique au musée multiculturel : chronique d'une transformation globale*, Paris, la Documentation française, 2020, p. 9.

⁸⁵ Entretien anonyme, le 10 septembre 2014.

Après l'autonomisation de la catégorie sur les marchés de l'art et la constitution de collections scientifiques des musées d'ethnographie autour de critères propres aux projets muséaux, ce processus de «rigidification» des relations entre musées d'ethnographie et marchés de l'art marque un tournant dans la définition de la catégorie à laquelle les objets ethnographiques appartiennent. Il va en effet entraîner un mouvement de séparation des deux sphères sur la base des critères de valeur que les uns et les autres prêtent aux œuvres et construire durablement une séparation entre une catégorie d'objets dits «esthétiques» et une catégorie d'objets dits «ethnographiques».

Paradoxalement, et cependant toujours dans un mouvement réflexif propre au champ des acteurs sur leurs propres pratiques, cette rigidification des frontières est remise en question dans les pratiques, notamment expositionnelles: l'exposition *Les Magiciens de la Terre*, par exemple, proposée par Jean-Hubert Martin en 1989 au Centre Georges Pompidou, marque durablement les esprits en associant objets ethnographiques et art moderne et contemporain, et en n'opérant pas une distinction géographique entre les différentes formes artistiques, mais une distinction chronologique. Les réflexions sur ces brouillages de frontières – et sur le rôle du musée dans ce brouillage – se multiplient: dans l'exposition *Le Musée cannibale*, présentée en 2002 au Musée d'ethnographie de Neuchâtel, les concepteurs de l'exposition Jacques Hainard et Marc-Olivier Gonseth soulignent le processus d'ingestion-digestion de l'altérité que le musée d'ethnographie opère.

En parallèle, le concept du musée-laboratoire tel que l'avait proposé Paul Rivet au musée de l'Homme semble subir un déséquilibre: de plus en plus de critiques sont faites au musée, accusé de ne plus renouveler ses expositions et de délaisser son public; le musée semble avoir perdu du poids face au laboratoire et de nombreux détracteurs accusent les chercheurs de s'enfermer dans leur univers, sans penser à la présentation des objets et à l'attractivité du musée. En 1990, cent cinquante politiciens, écrivains, artistes et scientifiques publient, à l'initiative du marchand Jacques Kerchache, le manifeste «pour que les chefs-d'œuvre du monde entier naissent libres et égaux»⁸⁶, dans lequel ils appuient l'entrée de ces objets au Louvre. En 1995, une statue du Vanuatu clame sur les murs de Paris «Je suis au Louvre». En 1996 est annoncé le projet de fusionner le musée d'Arts Africains et Océaniens (MAAO) et le musée de l'Homme, et en 1997 Germain Viatte est nommé directeur du projet muséologique du «Musée des arts premiers» français.

⁸⁶ *Libération*, 15 mars 1990.

Le département des Arts d'Afrique, d'Océanie, d'Asie et d'Amérique du Louvre ouvre le 13 avril 2000. Considéré comme une antenne du futur musée des arts premiers, il n'est pas envisagé comme un département du Louvre à part entière ; son conservateur comme ses objets appartiennent au musée du quai Branly – Jacques Chirac et non au Louvre.

Le musée de l'Homme est fermé pour rénovation en 2003. Le musée national des Arts et Traditions populaires (MNATP) ferme dans la foulée, en 2005, et le laboratoire qui lui est associé est fermé par le CNRS en 2006, suite au projet d'ouverture du musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (MUCEM) à Marseille⁸⁷. En 2005, le projet de rénovation du musée de l'Homme est accepté ; le 26 juillet 2005, le Président de la République Jacques Chirac annonce la création d'un neuvième département au Louvre : le département des Arts de l'Islam, qui selon lui, « *confortera, dans le même esprit que celui qui a présidé à la présentation de chefs-d'œuvre des arts d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques dans le Pavillon des Sessions, la vocation universelle du Louvre et son rayonnement mondial, au cœur de la diversité et du dialogue des cultures* ».

En 2007 est inauguré le musée national de l'Histoire de l'Immigration, à la Porte Dorée, à la place du MAAO. Une année auparavant, le musée du quai Branly – Jacques Chirac avait ouvert ses portes, non sans un débat passionné et houleux qui a secoué le monde de l'ethnologie, de l'ethnographie, des marchés et des musées en France, mais aussi à l'international⁸⁸.

La fermeture de ces départements et de ces musées et les reconfigurations muséales en cours sont le signe d'un changement profond dans la façon d'envisager la présentation et la conservation des objets ethnographiques, voire même la fin d'un « *paradigme muséal* » qui se caractérisait, comme le souligne Boursiquot (2014), « *d'abord par l'intérêt qui est porté aux objets* », mais qui définissait aussi « *une façon de pratiquer la discipline [ethnographique], ses objectifs et ses méthodes, qui peut se résumer par le*

⁸⁷ Pour un développement plus conséquent du projet du MUCEM de Marseille, voir COLARDELLE Michel, *Réinventer un musée : le Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée à Marseille*, Paris, Réunion des musées nationaux, 2002, 192 p.

⁸⁸ Pour exemple, les articles du *New York Times* parus à l'ouverture du musée : RIDING Alan, « Imperialist? Moi? Not the Musée du Quai Branly », 22 juin 2006 ; OUROUSSOFF Nicolai, « Quai Branly : a perverse, magical space », 27 juin 2006 ; KIMMELMAN Michael, « A heart of darkness in the city of light », 2 juillet 2006.

projet – hérité des sciences naturelles – d'un inventaire encyclopédique du monde réalisé au moyen d'une collection systématique».

Le nouveau musée du quai Branly – Jacques Chirac (MQB) réunit les collections du musée de l'Homme et de l'ancien MAAO. Des désaccords importants surviennent rapidement au sein de la mission de préfiguration du musée. Ces derniers portent sur un sujet majeur du débat soulevé lors du projet du MQB : le statut des objets et leur présentation. Ce débat a souvent été résumé en un affrontement opposant deux parties opposées : d'un côté des ethnologues défendant le statut d'objet-témoin des objets ethnographiques, dans la lignée de la politique du musée de l'Homme depuis les années 1930, et de l'autre côté, des historiens de l'art ou marchands défendant le statut d'œuvre d'art de ces objets et donc une présentation esthétique dépourvue du contexte d'utilisation ou de renseignements sur les objets. Ainsi, certaines réalisations, tant du Pavillon des Sessions du Louvre que du musée du quai Branly – Jacques Chirac, apparaissent comme des compromis entre ces deux partis : la salle d'interprétation du Louvre, qui relègue en un endroit circonscrit toutes les informations sur les objets et laisse à l'espace d'exposition une sobriété totale ; ou la « rivière »⁸⁹ du musée du quai Branly – Jacques Chirac, regroupant certaines informations sur les objets au centre du musée. L'histoire de ce projet et de sa controverse a été longuement documentée et analysée⁹⁰ ; je me concentrerai ici sur l'opposition, qui a durablement marqué le champ, entre les marchands d'art et les ethnologues, car elle a pesé dans la construction d'une catégorie artistique spécifique pour ces objets.

Au moment du projet du MQB, les ethnologues critiquent l'implication d'un marchand d'art, Jacques Kerchache, dans le projet du musée, alors que l'institution historique exposant ces objets, le musée de l'Homme,

⁸⁹ La « rivière » est un dispositif sous forme de mur présentant des éléments visuels, sonores et tactiles et qui traverse le plateau des collections du musée du quai Branly – Jacques Chirac. C'est un parcours multisensoriel qui propose des informations sur les collections, pensées en partie spécifiquement pour les personnes en situation de handicap mais accessibles à toutes et tous. Pour davantage d'informations sur ce dispositif, voir LEBAT Cindy, *Les personnes en situation de handicap sensoriel dans les musées : réalités d'accueil, expériences de visite et trajectoires identitaires*, thèse de doctorat sous la direction de François Mairesse soutenue à l'Université Paris 3 – Sorbonne Nouvelle le 5 juillet 2018, p. 297.

⁹⁰ Nous renvoyons pour cela le lecteur intéressé à CORBEY Raymond, *Tribal art traffic : a chronicle of taste, trade and desire in colonial and post-colonial times*, Amsterdam, Royal Tropical Institute, 2000, 255 p. ; SALLY Price, *Arts primitifs ; regards civilisés...*, Paris Primitiv... et « Cultures en dialogue... » ; DESVALLÉES André, *Quai Branly : un miroir aux alouettes ? À propos d'ethnographie et d'arts premiers*, Paris, L'Harmattan, 2007, 196 p. ; au numéro de la revue *Débat* « Le moment du quai Branly – Jacques Chirac » (2007) et à la publication du colloque « Cannibalisme disciplinaire » qui s'est tenu au quai Branly – Jacques Chirac en 2007.

était sous-représentée. Cette implication est pointée du doigt pour deux raisons : son statut de marchand et les potentiels intérêts qu'il aurait eus à développer le musée du quai Branly – Jacques Chirac et donc à favoriser le marché de l'art ; s'y ajoutaient les soupçons de vols et de pillages d'objets qui planaient sur lui. Ces reproches ont contribué à nourrir l'opposition et la dichotomie entre ethnologues et marchands. Ce « Grand Partage » est très fortement formulé par les différents acteurs de ce champ qui se réduisent souvent l'un l'autre à leur approche de la valeur de l'objet ethnographique : d'un côté, une valorisation par son régime de singularité, mettant en exergue différents registres, tels que l'unicité, l'étrangeté, la rareté⁹¹. Ce régime, habituellement attribué au marché de l'art, tendrait à privilégier le sujet, le particulier, l'individuel, le « hors-norme ». De l'autre côté, et fréquemment opposé, se trouverait un régime de communauté, basé sur une éthique de la conformité et tendant à privilégier le social, le collectif, le quotidien, le « dans la norme » (Heinich, 1998 : 11). Ce système de valorisation serait l'apanage des institutions muséales. À cette opposition s'ajoute un rapport à l'argent, qui serait différent entre les deux partis : caricaturalement, les marchands servent un but lucratif et vénal ; les acteurs des musées, non.

Nous voyons donc que le débat soulevé par le projet de création du musée du quai Branly – Jacques Chirac, accusé de soutenir le régime de singularité alors que l'institution muséale se devrait de suivre un régime de communauté, a mobilisé des arguments relevant de registres différents. Cependant, certains de ces registres ont été parfois regroupés et d'autres opposés, avec pour conséquence un amalgame fréquent entre les tenants d'une position esthétisante et une tendance lucrative d'un côté, et les tenants d'une position contextualisante et une tendance non lucrative de l'autre.

De nombreuses voix s'élèvent pour argumenter de façon structurée contre le projet du musée du quai Branly – Jacques Chirac. Cependant, en 2003, les collections déménagent et sont, littéralement, requalifiées, puisqu'elles sont intégralement renumérotées. Finalement, si le projet d'un « musée des arts premiers » n'est fondamentalement pas renié, le démantèlement du musée de l'Homme, le transfert de ses collections et la construction d'un nouvel édifice sont vécus par une grande partie des collaborateurs du Musée et de leurs soutiens comme une forme de trahison de la part de l'État qui, pour

⁹¹ Pour une analyse de la différenciation entre régime de valeurs et registre de valeurs, voir HEINICH Nathalie, *La fabrique du patrimoine : de la cathédrale à la petite cuillère*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2009, 286 p.

certains, aurait pu simplement consacrer le budget de la création du quai Branly – Jacques à la rénovation du musée de l’Homme.

C’est que la construction du quai Branly – Jacques Chirac va plus loin que la seule mise à niveau d’un musée existant. Il s’agit d’un changement complet de paradigme et la volonté d’effacer un passé qui dérange, comme le confirme le discours d’inauguration du quai Branly – Jacques Chirac prononcé par Jacques Chirac: le nouveau bâtiment est une façon de tourner la page et permet une nouvelle relation au passé, dans laquelle celui-ci est érigé en forme de mythe, diabolisé ou loué. Nous avons vu que l’aspect politique était déjà inhérent aux expositions universelles, premiers lieux de monstration de ces objets, et les politiques coloniales ont favorisé la collecte et la fondation des musées d’ethnographie. Cependant, cette implication du politique ne se retrouve pas uniquement dans la recherche et la sphère culturelle. Le champ des objets ethnographiques se caractérise aussi par un amalgame souvent opéré entre les objets et les sociétés productrices de ces objets: ces derniers sont alors souvent associés aux discours politiques mobilisant des considérations diplomatiques (s’ils ne sont pas même instrumentalisés par ceux-ci).

La relation compliquée du musée d’ethnographie à son passé fait partie de la stratégie globale de construction de l’institution et de son processus de légitimation: dans le cas du quai Branly – Jacques Chirac, cette nouvelle reconfiguration du passé permet de créer parallèlement du mépris, d’un côté (pour ce qui a été fait précédemment) et de l’admiration, de l’autre côté (pour l’institution en devenir). Ce qui a été fait précédemment, c’est le musée de l’Homme, et ses activités: expéditions, expositions, mais aussi vols et accumulations obsessionnelles, contexte de colonisation et d’assujettissement des indigènes, agissements attribués aux ethnologues et largement pointés du doigt. Au contraire, le nouveau musée du quai Branly – Jacques Chirac et l’ouverture d’une aile consacrée aux objets ethnographiques au Louvre, musée reconnu comme temple des arts, sont vus comme une reconnaissance faite aux peuples jadis opprimés et volés.

La crise des musées d’ethnographie et la prise de conscience d’un rapport aux autres, asymétrique et dominateur, mènent à la recherche de solutions muséales alternatives; la requalification de l’objet ethnographique en œuvre d’art est l’une de ces voies⁹². Nous avons vu que les marchés avaient

⁹² Notons qu’il y en a d’autres, comme l’implication des sociétés productrices des objets dans les projets, le dialogue avec les communautés, les musées participatifs ou davantage ancré dans leur territoire, comme les écomusées (voir BROWN Karen, «EU-LAC-Museums. Museums and community: concepts, experiences and sustainability in Europe, Latin America and the Caribbean», in: RIVA Raffaella

très vite artifié les objets ethnographiques, en effectuant des parallèles avec l'art moderne qui permettent de créer, dès les années 1930, une catégorie autonome pour ces objets sur le marché de l'art. Ici, il s'agit maintenant de consacrer cette catégorie artistique autonome au musée. Dans un contexte politique postcolonial culpabilisateur, le « *dialogue entre les cultures* » est le maître mot afin de « *bâtir un monde plus tolérant* » comme le souhaitait Jacques Chirac⁹³. L'intégration des objets ethnographiques à des catégories artistiques est alors une des solutions à cette volonté politique de pardon. Celui-ci prend corps dans la reconnaissance que ces objets – et donc les sociétés qui les ont produits – appartiennent à l'art tel que l'envisage l'histoire européenne de l'art.

Cette requalification de l'objet ethnographique en objet d'art s'illustre dans une foule de détails au musée du quai Branly – Jacques Chirac. Contrairement à l'ancien musée de l'Homme, les ethnologues de formation y sont minoritaires, les conservateurs sont issus majoritairement de l'École du Louvre et de l'histoire de l'art, après être passés par l'Institut national du patrimoine pour le concours de conservateur du patrimoine⁹⁴, les mécènes et donateurs viennent du marché de l'art ou de l'industrie, et la recherche est faite par une multitude de profils. Bien qu'il existe bien un département de recherche et d'enseignement en ethnologie, celui-ci est relativement coupé de l'institution muséale⁹⁵. En outre, les liens avec les milieux de l'art et de son histoire sont développés : Jacques Kerchache,

(ed.), *Ecomuseums and Cultural Landscapes. State of the art and future prospects*, Santarcangelo di Romagna, Maggioli Editore, 2018, pp. 364-365. Pour aller plus loin dans la diversité des propositions, voir aussi JAMIN Jean, « Faut-il brûler les musées d'ethnographie? », *Gradhiva*, 1998, pp. 65-69 ; ou HAINARD Jacques, GONSETH Marc-Olivier et KAEHR Roland dans le catalogue de l'exposition *Le Musée cannibale*, 2002.

⁹³ « "Bâtir un monde plus tolérant", Chefs-d'œuvre du musée du quai Branly – Jacques Chirac au Louvre », *Connaissance des Arts*, H.S, n°450, trimestre 2010.

⁹⁴ Notons d'ailleurs que le concours de conservateur est essentiellement centré sur une méthodologie et un découpage disciplinaire relevant de l'histoire de l'art : ainsi, pour l'histoire de l'art européen, le découpage est chronologique (Médiéval, Renaissance, etc.), mais pour l'art extra-européen, le découpage n'est que géographique. Règlement du concours et des épreuves disponibles sur le site de l'INP : www.inp.fr [consulté le 18 avril 2018].

⁹⁵ Le musée a « *renoncé au modèle du musée laboratoire* » et le département de recherche, relève davantage de « *l'animation scientifique* », selon le rapport Hcéres sur le Département de la Recherche et de l'Enseignement du musée du quai Branly – Jacques Chirac (2014-2015, p. 5). Il souligne aussi que la séparation entre l'institution muséale et le département de recherche est prégnante puisque « *Le Département de la Recherche et de l'Enseignement ne regroupe au demeurant pas toute la recherche menée au sein du MQB, car il n'englobe pas celles menées par les conservateurs, ni celles liées aux expositions, à l'enrichissement des collections, au pôle conservation-restauration, recherches qui relèvent des activités du département du patrimoine et des collections, dont le cloisonnement avec le DRE génère frustration et gaspillage d'énergie et de talents* », p. 6.

comme nous l'avons vu, est marchand d'art, mais Germain Viatte, directeur du projet puis conseiller, et Stéphane Martin, président-directeur général du musée du quai Branly – Jacques Chirac, sont tous deux issus du musée d'Art moderne de Paris; juridiquement, le musée du quai Branly – Jacques Chirac est rattaché aux Musées des Beaux-Arts; le lien avec les marchands d'art est poussé, et comme souvent, le lien avec les collectionneurs ou mécènes est développé. Hélène Leloup, marchande réputée de Paris, fait partie de la commission d'acquisition du musée et est membre du conseil d'administration de la Société des amis du quai Branly – Jacques Chirac; dans le conseil d'administration du musée figurent aussi Anne Kerchache, veuve du marchand, ainsi que de grands dirigeants d'entreprise.

L'enrichissement des collections se poursuit et les achats sont une part relativement importante des acquisitions, qui se font soit dans des ventes aux enchères, soit auprès de marchands ou de galeristes⁹⁶. Comme le rappelle Stéphane Martin, ces voies sont privilégiées: «*Nous n'avons jamais acheté en Afrique, mais toujours en Europe. Nous avons retenu la leçon des Nok*»⁹⁷, sous-entendant ainsi que l'achat en Europe et uniquement grâce à des intermédiaires permettrait d'éviter les fraudes, les faux et le trafic illicite. La politique de mécénat et d'achats ne se cache pas de relations très fortes avec des privés, marchands ou collectionneurs. Stéphane Martin encourage en outre une politique de mécénat industriel et la Société des amis du quai Branly – Jacques Chirac compte plus de 500 membres en 2009. Selon l'enquête statistique menée par Estelle Fossey (2011), 11 % des membres de l'association sont des marchands ou des commissaires-priseurs. En outre, la Société des Amis a aussi créé le Cercle Claude Lévi-Strauss qui vise à soutenir la politique d'acquisition du musée et qui finance chaque année l'achat d'une œuvre, en concertation avec les autorités du musée.

Les marchands et les démarches privées sont associés à cette requalification artistique et sont donc vus comme le levier de cette reconnaissance et les acteurs de l'artification – le passage à l'art – des objets ethnographiques. Il ne s'agit pas là d'une caractéristique du champ, car le marché est considéré comme le moteur de l'autonomisation d'un champ artistique pour beaucoup de catégories: l'art

⁹⁶ Comme le mentionne Estelle Fossey dans son enquête, pour 2007: 320 achats / 73 dons, 2008: 384 achats / 742 dons, 2009: 101 achats / 12 dons.

⁹⁷ «*Entretien avec Éric Tariant: l'odyssée du musée*», *Beaux-Arts magazine* 264, juin 2006, p. 65.

moderne et l'art contemporain en sont des exemples. Outre les galeristes et marchands, nous avons aussi vu à quel point les ventes aux enchères ont permis la mise en place d'un réseau structuré, ont jalonné l'historique de la légitimation du champ par des ventes phares et ont participé à la définition de standards d'appellation et d'édition par leurs nombreuses publications.

Cependant, si le récit mythique met en avant les marchands et les privés comme instruments de l'artification des objets ethnographiques comme nous l'avons vu au chapitre précédent, force est de constater que c'est la création d'un musée dédié qui est perçu comme le signe ultime de la reconnaissance artistique. Les projets du musée du quai Branly – Jacques Chirac ainsi que du département des Arts d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques du Louvre inaugurent alors une nouvelle ère dans l'appréhension des objets ethnographiques et reconfigureront durablement les relations entre les institutions muséales et les démarches privées des marchands et des maisons de ventes aux enchères.

La création du département des Arts d'Afrique, d'Océanie, d'Asie et d'Amérique au Louvre et la fondation du musée du quai Branly – Jacques Chirac sont les premières étapes d'un renouvellement général des musées d'ethnographie en Europe. En France, à la suite de ces deux institutions, ouvrent le MUCEM à Marseille en 2013 et le musée des Confluences à Lyon en 2014. En Suisse, le Museum der Kulturen de Bâle a rouvert un parcours d'exposition permanent complètement remanié en 2011, le Musée d'ethnographie de Genève inaugure ses nouveaux bâtiments et exposition en décembre 2014, après trois ans de fermeture. Le Musée d'ethnographie de Neuchâtel suit à quelques années près, avec une réouverture fin 2017. En Belgique, le Musée royal de l'Afrique centrale ferme fin 2013 pour une rénovation importante de son bâtiment devenu vétuste ; l'équipe en profite pour repenser les parcours d'exposition dont l'ouverture est effective en 2018.

Bien qu'elle soit la première de ces refontes, la création du musée du quai Branly – Jacques Chirac n'est pas le déclencheur de ces transformations ; en revanche, par le débat suscité en amont du projet ainsi que par des réflexions parmi les premières amorcées dans le monde des musées d'ethnographie, la création du quai Branly – Jacques Chirac restera, durant toute la fin du xx^e et le début du xxi^e siècle, le référent incontournable pour les acteurs du champ concernant le changement de paradigme du musée d'ethnographie.

Les relations entre les musées d'ethnographie et les marchés de l'art existent depuis l'arrivée des objets ethnographiques en Europe et évoluent non seulement dans le temps, mais aussi selon les espaces géographiques, les musées d'ethnographie et la discipline académique ne se développant pas de la même manière partout dans le monde. La catégorisation des objets ethnographiques se fait peut-être différemment entre les musées et les marchés, mais aussi entre les différents musées du monde et leurs projets muséaux spécifiques.

Le développement des marchés et l'autonomisation progressive de la catégorie propre aux objets africains et océaniques sur le marché de l'art, ainsi que la création puis le développement des musées d'ethnographie, avec l'accroissement de leurs collections, fragmentent les expertises posées sur les objets et les points de vue, morcelant les critères qui président à la construction d'une catégorie homogène de ces objets. Les relations entre musées et marchés, malgré une rigidification des positions dès les années 1980, perdurent, car les musées ne sont pas indépendants des contextes et des sociétés dans lesquels ils s'inscrivent : ils suivent donc au cours du ^{xx}e siècle le développement du néo-libéralisme induit par le triomphe du capitalisme et l'effondrement du bloc de l'Est.

Bilan

Le musée du quai Branly – Jacques Chirac apparaît, à son ouverture en 2006, comme le point culminant d'un processus en développement depuis les premières arrivées des objets africains et océaniques en Europe : la rupture entre les universités et les musées est consommée, l'ethnologie est impliquée dans un processus réflexif sur ses pratiques et se détache des objets collectés, le rôle et la place que le musée d'ethnographie doit jouer dans la société sont incertains.

À son ouverture, le musée du quai Branly – Jacques Chirac propose un paradigme présentant deux particularités notables : la présentation des objets selon les modalités réservées jusque-là aux objets d'art, et le modèle de gestion du musée en collaboration avec les privés et les marchands. Le rapprochement que le musée du quai Branly – Jacques Chirac officialise entre ces deux pôles est vivement critiqué, car perçu comme la validation et la consécration des revendications que le monde marchand formulait au sujet de ces objets, à savoir les faire entrer dans le champ de l'art et de l'histoire de l'art occidental.

Dans le champ de l'objet ethnographique⁹⁸, le marchand a été perçu comme une figure clé par le discours alternatif qu'il proposait de développer sur ces objets : autrefois marginal et formulé pour opposer un contre-pouvoir aux institutions muséales et aux mondes de l'art académiques, ce discours est aujourd'hui devenu légitime et intégré dans les musées d'ethnographie. Bien que l'historique tel que raconté par la majorité des acteurs et par certains chercheurs fasse du marchand la figure clé d'un discours original porté sur les objets, c'est la création d'une institution muséale étatique qui est perçue comme la consécration ultime et qui a permis de redynamiser le marché. Un apport de l'institution muséale que les marchands soulignent :

«Holalala, ça a été... C'est comme si on avait mis un turbo à un moteur diesel. On doit énormément de choses à Chirac et Kerchache. C'est énorme ce qu'on leur doit. D'abord le Pavillon des Sessions était le cheval de Troie dans l'établissement français. Et puis Branly... c'est un musée qui quelque part, et c'est ça qui en fait quelque chose de prodigieux, n'est pas simplement l'écrin de chefs-d'œuvre pour des gens avertis, mais ça permet à des gens qui ne savent pas, qui à priori n'ont pas envie, de tomber sous le charme et d'apprendre, car on ne peut pas ne pas être sensible à ce qu'on voit. La façon dont c'est montré, au niveau européen, est très certainement une grande réussite et ça a multiplié presque par deux le nombre de collectionneurs. Et on en avait grandement besoin. Et ça a fait aussi terriblement monter les prix»⁹⁹.

«Moi je remercie à chaque fois que j'en parle, dans chaque entretien ou chaque interview, je remercie Jacques Chirac pour ce qu'il a fait, parce que le musée du quai Branly, c'est certainement un déclencheur d'évolution très positive du marché de l'art africain, du marché de l'art tribal.»¹⁰⁰

La collaboration que le musée du quai Branly – Jacques Chirac officialise entre marchands et institutions muséales est perçue comme une transformation majeure du paysage, moins dans les collaborations effectives que dans leur manifeste visibilité. La création du MQB a en effet visibilisé ces relations et, loin d'être un modèle auquel adhère l'ensemble des acteurs qui gravitent autour de l'objet ethnographique, le musée s'apparente davantage

⁹⁸ Je précise ici qu'il s'agit de la situation spécifique de ce champ et que la figure du marchand, comme nous l'avons vu à plusieurs reprises, n'est pas forcément exclue des musées de beaux-arts ni perçue comme subversive. Voir par exemple le travail de thèse en cours de Pamela Guerdat sur les relations entre les musées et les marchés dans les musées de beaux-arts au XIX^e siècle, *Perceptions du marché, réalités du musée. René Gimpel (1881-1945) et les fondements d'une histoire muséale* (titre provisoire), dirigé par le professeur Pascal Griener, Université de Neuchâtel.

⁹⁹ Entretien avec un galeriste bruxellois, 26 janvier 2015.

¹⁰⁰ Entretien avec un galeriste bruxellois, 12 juin 2015.

aujourd'hui à un point de référence à l'aune duquel chacun se positionne. La place de chacun dans le champ s'accompagne dans tous les cas d'une position par rapport au paradigme que le musée a constitué, tant dans son projet expographique que son projet de financement et de gestion.

Il y a une transmission particulière pour chaque histoire. Qu'il s'agisse des marchands, des conservateurs de musée, des commissaires-priseurs ou des différents experts, il existe tant dans les discours informels que dans les cursus académiques officiels, une histoire canonique transmise d'une façon précise: parler de l'histoire de ces objets ne signifie en effet presque jamais parler de leur histoire, mais bien davantage parler de la rencontre de ces objets avec l'histoire européenne de l'art. Ainsi, pour exemple, le cours proposé à l'École du Louvre par Manuel Valentin en 2015-2016, chercheur au musée de l'Homme, et intitulé «Histoire de l'art africain», se structure autour de l'identification de cinq paliers de la rencontre de ces objets avec l'Europe¹⁰¹. Le cours similaire proposé pour les arts océaniques par le conservateur du département des Arts océaniques du musée du quai Branly – Jacques Chirac, Philippe Peltier, se construit sur le même modèle, identifiant les étapes de la rencontre des productions océaniques avec les Européens¹⁰². Pourtant, autant Manuel Valentin qu'Aurélien Gaborit, aussi chargé d'un cours à l'École du Louvre sur les arts d'Afrique, soulignent le polymorphisme de l'histoire de l'art et le fait qu'il existe une vision européenne stéréotypée qui, dans le cas des arts d'Afrique par exemple, met l'accent sur des points précis: le fait que ces objets ont souvent été regardés avec des œillères et donc non pris en compte pour leurs qualités intrinsèques et formelles, cette prise en compte ne s'opérant qu'au moment des années 1930. Ils mettent en évidence le fait que ce point de vue est stéréotypé, mais continuent cependant de le transmettre en toute conscience, comme l'indiquait Aurélien Gaborit dans son cours d'introduction en 2015:

«On sait que les objets circulent et l'importance de l'ethnologie et de l'histoire, mais dans les faits, cela n'apparaît pas, car on continue à maintenir une forme de système.»¹⁰³

¹⁰¹ La découverte maritime des Portugais au xvi^e siècle, les avant-gardes françaises, l'apport de l'ethnologie, la prise en compte de l'aspect archéologique, puis finalement de l'art contemporain au xx^e siècle.

¹⁰² La première phase est celle de la découverte de ces objets et de leur arrivée dans les musées; la deuxième phase est celle de la confrontation de ces objets avec les avant-gardes françaises, puis avec les artistes contemporains (cours Histoire de l'art océanique, donné par Philippe Peltier durant l'année académique 2015-2016 à l'École du Louvre, Paris).

¹⁰³ Histoire des arts d'Afrique 2015-2016, séance introductive donnée par Aurélien Gaborit, conservateur du département des Collections africaines et du Pavillon des Sessions du Louvre, École du Louvre, Paris.

L'histoire de ces objets consiste donc en une approche de leur arrivée en Europe et des raisons de leur conservation. Cette histoire schématisée, avec ses principaux acteurs et ses événements, relève presque aujourd'hui d'une mythologie qui, si on la sait relever du récit mythique, continue d'être transmise et se structure autour de plusieurs points très importants que nous avons vus apparaître en filigrane tout au long de ce chapitre. Les points saillants de ce récit se comptent selon moi au nombre de trois : l'un des plus importants est très certainement l'identification de personnalités, figures de proue le plus souvent issus du monde des marchés de l'art, qui ont œuvré à la reconnaissance des objets ethnographiques en tant que catégorie artistique de l'histoire de l'art européenne. Le deuxième est la caricature faite, en opposition à ces figures de proue, des musées comme lieux d'érudition détachés de tout intérêt pour les formes des objets. Finalement, le dernier point est la négation de liens entre ces deux parties, voire la dichotomisation des positions qui empêche toute rencontre. Si une cristallisation des oppositions s'observe effectivement dans l'après Seconde Guerre mondiale entre ces deux sphères professionnelles, dans les faits, elle n'est pas prégnante, et même quasi inexistante avant les années 1950, et la frontière entre marchands et conservateurs ou ethnologues n'est pas toujours bien définie. Cette opposition entre musées et marchands se double d'une opposition continuellement remobilisée par les acteurs entre esthètes et ethnologues : si la dichotomie entre des ethnologues attachés au statut de témoignage de l'objet et entre des marchands ou esthètes attachés à l'objet comme œuvre d'art ne cesse d'être rappelée et transmise, nous avons aussi vu que, dans les faits, les ethnologues prennent aussi très tôt en considération les qualités formelles des objets dans la collecte, mais aussi dans les expositions ou les publications. Cela dépend aussi fortement des personnalités des individus, les politiques pouvant changer d'un conservateur à l'autre par exemple¹⁰⁴. Cette dichotomie ne se vérifie donc pas historiquement dans les faits, mais continue d'être mobilisée dans les discours.

Ces éléments clés de l'historique ont contribué à construire la catégorie des objets ethnographiques en même temps qu'ils modelaient des représentations de ce que devaient être les objets des Autres. La construction de cette catégorie et son usage ont légitimé autant des politiques que des glissements d'objets d'une discipline à l'autre. Au cœur de ces usages

¹⁰⁴ Comme nous l'avons vu avec l'exemple belge, notamment. Voir point Le paradigme esthétique et le musée-plaisir, p. 75.

se trouve une hiérarchisation de l'objet (objet quotidien *versus* objet exceptionnel), des disciplines (ethnologie *versus* art) et des musées (musée de Beaux-arts *versus* musées de société ou de sciences). En outre, même si chaque terme pouvait être défini de façon précise, son usage suivant les milieux et les périodes est sujet à changement et peut recouvrir des acceptions différentes; inversement, chaque objet ou ensemble d'objets peut être défini par une variété de termes. Notons cependant que les critères géographiques (objets non européens) et temporels (objets produits avant le début du XX^e siècle) – bien que vagues et sujets à exceptions – restent les critères fondamentaux de la définition et sont présents dès l'arrivée des objets en Europe comme les deux critères ayant défini la spécificité de ces objets.

La définition des objets concernés – qu'il s'agisse de façon large des biens artistiques ou culturels, ou de façon plus spécifique des objets ethnographiques – ne trouve aucun consensus. Au contraire, les différentes analyses mettent en avant le caractère conjoncturel des définitions, qui dépendent tant des locuteurs, que des destinataires, des situations ou des principes de légitimation mobilisés. L'usage des termes pour désigner cet objet prend sens dans les relations entre les différents acteurs et se construit dans un jeu d'oppositions et d'échanges. L'intérêt de l'analyse repose dans la compréhension de ces échanges et des statuts et définitions que l'objet endosse aux différents moments de sa *social life*.

Chapitre 2

Sociographie du marché

Dire qu'il existe un marché, c'est dire qu'il existe des circuits de distribution, une clientèle identifiée, une notoriété des auteurs, une évaluation du coût de fabrication.

Marcel Hénaff, *Le prix de la vérité: le don, l'argent, la philosophie*, 2002

Si les musées d'ethnographie – leur fonctionnement, leurs débats, leurs repositionnements – sont relativement bien décrits et décortiqués depuis quelques années, notamment grâce aux reconfigurations du paysage muséal qui ont donné lieu à une abondante littérature sur la question, le marché de l'art africain et océanien, en Europe, a été peu exploré en détail. Afin de comprendre les liens tissés entre ces deux acteurs du champ, il importe donc de revenir sur la structure du marché actuel, bien loin de se présenter comme une entité homogène. En effet, le marché de l'art africain et océanien n'existe pas; coexistent des marchés composés de vendeurs, d'acheteurs et de stratégies différentes. Il s'agit dans ce chapitre d'explorer la structure actuelle de ces marchés, afin de saisir les enjeux de leurs relations avec les musées d'ethnographie. On se demandera d'une part quelles sont aujourd'hui les segmentations et hiérarchisation de ces marchés, en termes de lieux, d'acteurs et d'objets vendus; d'autre part, on étudiera la juridiction nationale et internationale qui les structure et son influence sur le développement

de ces échanges. Finalement, cette sociographie du marché souligne le poids du développement du capitalisme et du néo-libéralisme favorisant une logique de luxe et d'investissement, ainsi qu'une « économie expérientielle » dans d'innombrables domaines et auxquels le domaine des musées et de l'art n'échappe pas.

Premiers éléments d'une sociographie du marché de l'art africain et océanien : le développement du néo-libéralisme et son impact sur les développements des marchés

Comme le souligne David Harvey (2005), la fin des années 1970 connaît un contexte global de redéfinition du paradigme économique, déjà en germe après la Seconde Guerre mondiale. En effet, l'après-guerre voit l'augmentation générale des flux de biens et de connaissances dans un esprit de conciliation des modèles capitaliste et communiste. La restructuration et la reconstruction de la société sont opérées de manière à éviter de nouvelles crises économiques, qui pourraient mettre en concurrence les États et augmenter les risques de rivalités qui ont conduit à la guerre. Internationalement, un compromis est trouvé au niveau économique, avec la signature des accords de Bretton Woods en 1944 (qui instaurent un système monétaire basé sur la libre convertibilité des monnaies et la fixité des taux de change), et au niveau diplomatique et géopolitique, avec la création des différentes institutions internationales stabilisant les relations inter-États (FMI, BIRD, mais aussi la Société des Nations). Cependant, ce relatif consensus – l'*embedded liberalism* – connaît une crise dans la fin des années 1960. En 1978, Deng Xiaoping devient leader suprême de la Chine et lance la réforme économique chinoise ; en 1979, Paul Volcker prend les commandes de la Réserve fédérale américaine et transforme la politique monétaire étatsunienne ; la même année, Margaret Thatcher est élue au Royaume-Uni et, en 1980, c'est Ronald Reagan qui est élu président des États-Unis. Tous deux vont appliquer un programme économique basé sur une politique de l'offre, la réduction des dépenses publiques et la réduction de la régulation publique ainsi qu'une politique anti-inflationniste (le *reaganomics*). C'est l'avènement des théories néo-libérales que l'on peut décrire comme : « [...] *in the first instance a theory of political economic practices that proposes that human well-being can best be advanced by liberating individual entrepreneurial freedoms and skills within an*

institutional framework characterized by strong private property rights, free markets and free trade. » (Harvey, 2005 : 2)

L'appareil conceptuel du néo-libéralisme repose donc sur la liberté individuelle et postule que cette dernière est garantie par la liberté du marché et des échanges. Selon ce paradigme économique, les marchés jouent un rôle central et doivent être protégés par l'État; plus encore, pour les domaines dans lesquels il n'existe pas de marchés, ces derniers doivent être créés. Le néo-libéralisme attribue aux marchés une éthique en soi, qui peut guider toutes les actions humaines: cette éthique considère que tout bien social est maximisé en maximisant la fréquence des transactions du marché.

Ce système qui est aujourd'hui devenu hégémonique imprègne profondément notre façon de penser, notre manière d'interpréter le monde et de le comprendre. Le monde culturel n'est pas épargné par cette influence et de nombreuses caractéristiques de ce paradigme se retrouvent aujourd'hui dans notre façon de concevoir (aussi bien au sens de créer que de recevoir) la culture et l'art: les marchés de l'art, évidemment, sont les premiers concernés par le développement et la modification de ces réglementations économiques et politiques: elles ont à la fois permis l'expansion des marchés, et ont créé en miroir les instruments et règlements de régulation des potentielles dérives de cette expansion. Nous verrons comment dans un premier temps la sociographie du marché ne peut se faire sans considérer ces réglementations, mais aussi comment les théories néolibérales ont favorisé une logique de luxe et d'investissement qui a transformé non seulement les marchés de l'art africain et océanien ces dernières années, mais aussi les musées et le secteur patrimonial en général.

Endiguer les dérives du développement soudain des marchés

Les années 1980 et 1990 voient une augmentation rapide des prix de vente records, un accroissement du nombre de galeries en général et un développement exponentiel des ventes aux enchères sur le marché de l'art (Faith, 1991; Verlainne, 2012), particulièrement dans le secteur de l'art contemporain. L'art africain et océanien n'est toutefois pas en reste: la Reine bangwa, de la collection Rubinstein vendue en 1966 à 29 500 francs, est cédée à New York en 1990 par Sotheby's pour 3,4 millions de dollars. En 2006, lors de la vente Vérité à l'Hôtel Drouot à Paris, le marteau du

commissaire Guy Loudmer s'abat sur l'enchère de 5,9 millions d'euros pour un masque acheté par Liliane Bettencourt¹⁰⁵. Plus récemment, en 2014, lors d'une vente mémorable orchestrée par Sotheby's New York, la statue féminine sénoufo *debel* est adjugée à 12 millions de dollars¹⁰⁶ et en 2015 un reliquaire du Gabon atteint le prix record de 5,47 millions d'euros en 2015 à Christie's¹⁰⁷. Selon les agences de notation et d'observation du marché de l'art africain et océanien¹⁰⁸, ce dernier a connu un fort regain de dynamisme depuis 2001, un sentiment d'« envolée des prix » partagé par de nombreux acteurs sur le marché et dans les musées d'ethnographie :

*« Effectivement, il y a des objets qui ont fait des millions d'euros parfois dans les ventes, ce qui est surprenant pour l'art de l'Afrique, car c'est quelque chose qui n'existait pas il y a peut-être dix ans. Il y a dix ans c'était extrêmement rare, maintenant il y en a un tous les ans qui dépasse le million d'euros, les deux, les cinq, les neuf millions peut-être, comme ça été le cas cette année je crois avec une pièce kota. »*¹⁰⁹

Ce développement du marché a pour conséquence une augmentation des trafics illicites. En outre, les questions de restitution et de valeurs des biens conservés dans les musées européens s'intensifient, notamment dans le contexte post-décolonisation. Les Nations unies jouent un rôle majeur dans l'adoption de résolutions sur les restitutions des biens, visant dans un premier temps surtout à réguler le trafic illicite : l'Unesco nouvellement créée intervient pour protéger les objets, et d'autres organismes à vocation de régulation du marché, de promotion d'outils éthiques et pragmatiques ainsi que de fédération des acteurs concernés voient le jour. Notons que cet essor dans les années 1960 ne signifie pas qu'il n'existait aucune réglementation auparavant ; Serge Reubi rappelle que les scientifiques avaient besoin d'une accréditation coloniale avant leur départ, ce qui différenciait les scientifiques des marchands et permettait de réguler le trafic des objets (Reubi, 2010 : 88).

¹⁰⁵ AZIMI Roxana, « L'art classique africain bat des records d'enchères à Paris », *Le Monde*, 24 juin 2015. Disponible en ligne sur : http://www.lemonde.fr/afrique/article/2015/06/24/l-art-classique-africain-bat-des-records-d-encheres-a-paris_4661083_3212.html [consulté le 28 avril 2018].

¹⁰⁶ Les résultats de la vente de Sotheby's sont disponibles sur leur site Internet : <http://www.sothebys.com/fr/auctions/2014/myron-kunin-collection-african-art-n09225.html> [consulté le 28 avril 2018].

¹⁰⁷ SASPORTAS Valérie, « Triomphe pour l'art d'Afrique à Paris », *Le Figaro*, 24 juin 2015. Disponible en ligne sur : <http://www.lefigaro.fr/culture/encheres/2015/06/24/03016-20150624ARTFIG00163-triomphe-historique-pour-l-art-d-afrique-a-paris.php> [consulté le 28 avril 2018].

¹⁰⁸ Art Media Agency et Artprice (agences générales), Artkhade et Tribal Index (agences spécialisées).

¹⁰⁹ Entretien avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

La régulation internationale

Le marché ne se développe pas hors du temps et de l'espace et, bien qu'aujourd'hui les marchés se globalisent, se développent internationalement et même hors des frontières du monde réel avec les premières ventes dans le métavers, ils restent soumis à des réglementations nationales et internationales qui pèsent sur leur structure, d'une part, mais aussi sur les pratiques qui s'y déploient, les objets achetés et vendus et leurs prix. Les marchés de l'art africain et océanien ne font pas exception et il s'agit ici de voir comment les réglementations ont pu, d'une part, participer à créer une catégorie spécifique d'objets sur le marché, mais aussi modeler des pratiques, notamment dans le champ qui nous concerne particulièrement touché par les questions de trafic illicite, de propriété des biens, de restitutions, etc.

La convention de l'Unesco et Unidroit

Les deux principales législations à avoir eu un impact sur le marché de l'art sont la convention de l'Unesco élaborée en 1970 et la Convention Unidroit, élaborée bien plus tard, en 1995.

La Convention concernant les mesures à prendre pour interdire et empêcher l'importation, l'exportation et le transfert de propriété illicite des biens culturels – 1970 demande aux États la ratifiant d'agir pour protéger préventivement l'exportation illicite de biens culturels, de coopérer internationalement pour lutter contre ce trafic et de prendre des mesures pour restituer «*tout bien culturel ainsi volé et importé après l'entrée en vigueur de la Convention à l'égard des deux États concernés, à condition que l'État requérant verse une indemnité équitable à la personne qui est acquéreur de bonne foi ou qui détient légalement la propriété de ce bien.*»¹¹⁰

La Convention n'étant pas auto-exécutoire, chaque État s'engage à la ratifier dans son pays après l'avoir signée. À ce jour, cent trente-deux États l'ont ratifiée. Il faut cependant attendre 1997 pour que la France ratifie la Convention, 2003 pour la Suisse et 2009 pour la Belgique. En effet,

¹¹⁰ Disponible en ligne : <http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/illicit-trafficking-of-cultural-property/1970-convention/> [consulté le 18 avril 2018].

un grand nombre de pays ont signé la Convention après 1995, date à laquelle un autre instrument de lutte contre le trafic illicite se développe : la Convention Unidroit (Institut international pour l'unification du droit privé). Cette dernière est sollicitée par l'Unesco pour compléter la Convention de 1970. Elle est considérée comme plus sévère et surtout comme plus contraignante sur plusieurs points : elle s'étend à tous les biens culturels et non pas seulement à ceux inventoriés ou déclarés¹¹¹. Les objets rituels et considérés comme sacrés entrent dans cette catégorie ; la restitution des objets devient obligatoire, même si une compensation financière est prévue pour le possesseur s'il peut prouver qu'il ne savait pas que l'objet était volé ; les délais de prescription sont rallongés ; la contribution majeure est sûrement l'introduction d'un « principe de diligence », que tout acquéreur doit mobiliser au moment d'un achat et qu'il doit pouvoir prouver lorsqu'un vol est soupçonné. L'exercice de diligence concerne la consultation des listes des objets volés, l'utilisation des outils fournis par l'Unesco et l'ICOM, etc. La présomption de bonne foi, centrale à la Convention de 1970, est fortement atténuée dans la Convention Unidroit. En outre, Unidroit vise particulièrement les acteurs des échanges d'objets, puisqu'il est prévu que la compensation financière mentionnée soit payée par la personne qui a transféré l'objet au possesseur. Finalement, Unidroit couvre le droit privé et est auto-exécutoire, alors que la Convention de l'Unesco ne couvre que le droit public, n'est pas auto-exécutoire et doit être ratifiée par chaque État membre.

À la suite de son entrée en vigueur en 1998, de nombreux pays ont finalement préféré signer la Convention de l'Unesco plutôt que celle d'Unidroit, jugée trop contraignante. Seuls quarante et un États ont ratifié Unidroit. La France l'a signée en 1995 et la Suisse en 1996, mais aucun de ces deux pays ne l'a ratifiée. La Belgique ne l'a pas signée du tout¹¹².

¹¹¹ Article 2, *Convention Unidroit*, 1995 : « Par biens culturels, au sens de la présente Convention, on entend les biens qui, à titre religieux ou profane, revêtent une importance pour l'archéologie, la préhistoire, l'histoire, la littérature, l'art ou la science et qui appartiennent à l'une des catégories énumérées dans l'annexe à la présente Convention ». Ces catégories sont au nombre de onze et certaines nous intéressent particulièrement : « b. les biens concernant l'histoire ; c. les produits de fouilles archéologiques ; d. les éléments provenant du démembrement de monuments artistiques ou historiques et des sites archéologiques ; e. objets d'antiquité ayant plus de cent ans d'âge ; f. le matériel ethnographique ; g. les biens d'intérêts artistiques » (Annexe de la Convention Unidroit, 1995).

¹¹² Tous ces chiffres sont disponibles sur le site de l'Unesco : <http://www.unidroit.org/fr/etat-signatures-ratifications-cp> [consulté le 28 avril 2018].

La Suisse : plaque tournante du marché de l'art

La Suisse occupe une place bien particulière dans le paysage du trafic d'objets d'art. De façon générale, elle est souvent qualifiée de « plaque tournante » du marché. En 2002, Andrea Rachèr, juriste de l'Office fédéral de la Culture déclare qu'« *aujourd'hui, en Suisse, il est plus facile d'importer des statues grecques que des tomates* »¹¹³.

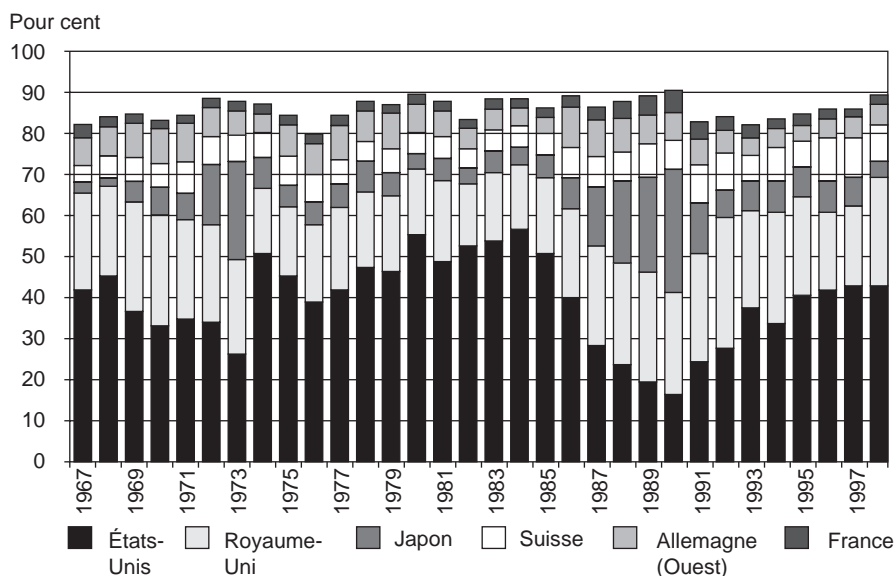
Jusqu'à la ratification en 2003 de la Convention de l'Unesco sous le terme de LTBC (Loi sur le transfert des biens culturels), la réglementation en matière d'échange et de transport d'objets d'art était presque inexistante. Pourquoi le gouvernement suisse a-t-il été aussi réticent à mettre en place une réglementation à ce sujet et quelle influence cela a-t-il eu sur le marché, plus particulièrement celui des objets ethnographiques ?

Le marché de l'art suisse a acquis au fil des ans un poids énorme : cinq pays s'accaparent en effet 80 à 90 % des échanges d'objets d'art depuis les années 1960 (Guex, 2002) : les États-Unis, la Grande-Bretagne, la Suisse, l'Allemagne et la France, dans leur ordre d'importance. Grâce aux statistiques douanières suisses, Sébastien Guex (2002) a suivi l'évolution des importations et des exportations des objets et discerne deux phases dans l'évolution du marché en Suisse. Une première phase, de la fin du XIX^e siècle au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, dans laquelle les chiffres du commerce de l'art sont parallèles à ceux du commerce extérieur suisse : l'essor est lent mais certain. Une deuxième phase, dès la fin de la Seconde Guerre mondiale, montre une hausse rapide du commerce des biens culturels. En effet, les chiffres centuplent, alors que jusque-là ils ne faisaient modestement que décupler (graph. 1 et 2).

On peut penser que quelque chose s'est passé en 1945 ; en réalité, c'est avant que tout se joue. Certaines mutations advenues avant-guerre ne se manifestent qu'au lendemain de la Seconde Guerre mondiale : la Suisse a constitué, par des collections publiques ou privées, un stock d'objets important avant les deux guerres mondiales. Avec la crise économique mondiale provoquée par la Première Guerre et son système bancaire (dont l'une des forces est très certainement le secret bancaire), la Suisse devient un pays refuge où il est possible de stocker pendant un long laps de temps des valeurs importantes, et ce sans taxation. Les importations sont même

¹¹³ LÉCHOT Bernard, 29 août 2002. « Le pillage culturel en cause », *swissinfo.ch*. Article disponible sur <http://www.swissinfo.ch/fre/le-pillage-culturel-en-cause/2902014> [consulté le 28 avril 2018].

Graphique 1. Part des différents pays dans les importations mondiales d'objets d'art 1967-1998 (en pour cent), issu de Guex, 2002¹¹⁴.

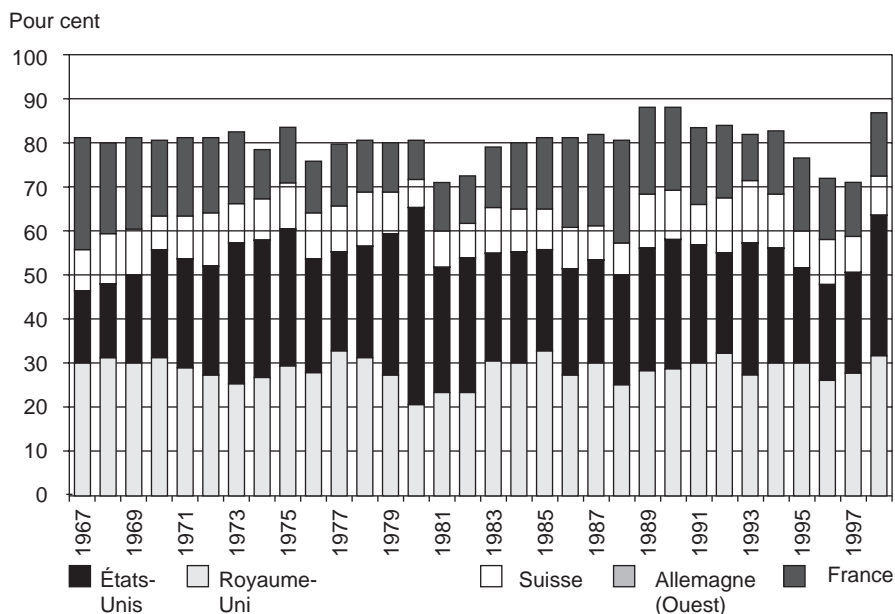


telles qu'en 1921 le Gouvernement suisse prend des dispositions pour protéger les artistes suisses et limiter les importations d'œuvres d'art¹¹⁵. À cela s'ajoutent les mesures des nazis contre l'art dit «*dégénéré*», qui ont poussé à la migration en Suisse des collectionneurs, marchands et artistes, ainsi que leurs objets. Le marché s'appuie sur ces facteurs pour amorcer son décollage en 1945, avant que plusieurs autres éléments ne confortent la place de la Suisse comme exportateur important d'œuvres d'art: la neutralité a permis de conserver sur le long terme les circuits commerciaux et l'absence de la Suisse dans la plupart des organisations internationales lui a permis d'échapper à une législation de plus en plus contraignante; les ports francs de Genève sont à ce titre un excellent exemple d'une pratique légale floue et permissive. François Curiel, président de Christie's Europe déclarait en 2006: «*Les ports francs ne sont pas étrangers au fait que Genève est une des plus importantes places des ventes aux enchères*

¹¹⁴ GUEX Sébastien, «Le marché suisse de l'art 1886-2000: un survol en chiffres», *Traverse: revue d'histoire*, 2002.

¹¹⁵ Arrêté du Conseil fédéral du 15 juillet 1921, *Feuille fédérale*, 1921, n°4, p. 28.

Graphique 2. Part des différents pays dans les exportations mondiales d'objets d'art 1967-1998 (en pour cent), issu de Guex, 2002¹¹⁶.



d'objets de luxe au monde. Si on les supprimait, cette activité ne pourrait pas être maintenue dans le Canton.»¹¹⁷

Dépôts louables par n'importe quel particulier ou entreprise, ils sont en Suisse une zone de non-droit douanier où ne s'applique presque aucun contrôle¹¹⁸. Si de nombreux ports francs existent dans le monde, seuls cinq d'entre eux dans le monde se sont spécialisés dans le stockage d'œuvres d'art dont Genève. Les personnes qui achetaient ou vendaient n'étaient pas obligées de tenir une comptabilité et l'anonymat était garanti aux utilisateurs des espaces des ports francs de Genève, régulièrement qualifiés de «plus grand magasin d'antiquité du monde». En outre, de nombreux

¹¹⁶ GUEX Sébastien, «Le marché suisse de l'art 1886-2000...»

¹¹⁷ LABARTHE Gilles, «Les ports francs: base off-shore au cœur de l'Europe», *Le Courrier*, Genève, 6 juillet 2006.

¹¹⁸ Pour une description détaillée du fonctionnement des ports francs suisses, voir STEINER Katie, «Dealing with laundering in the Swiss art market: new legislation and its threat to honest traders» *Case western reserve journal of international law* 49, 2017, p. 355.

services étaient proposés au sein des ports francs : expertises d'objets, location de show-rooms, organisation de ventes privées, etc. Les maisons de ventes aux enchères ou les marchands pouvaient donc y effectuer leurs ventes de gré à gré. Notons que ce service encore proposé en 2014 a disparu de l'actuelle brochure des ports francs. En effet, ceux-ci ne sont aujourd'hui plus tout à fait sous le même régime que dans les dernières années du siècle précédent : une première législation pour augmenter la transparence des ports francs est mise en place en 2009, puis en 2016 la surveillance s'accroît avec la publication des *Panama papers*, les conflits entre UBS et le fisc américain et la lutte de la Suisse contre le blanchiment d'argent¹¹⁹.

La stabilité politique (quatre-vingts années sans grève ni coalition au gouvernement) a aussi fait de la Suisse un pays perçu comme sûr ; les pratiques légales et fiscales très permissives (le marché de l'art bénéficie d'un taux de TVA extrêmement bas, les pouvoirs publics n'exercent presque aucun contrôle sur le commerce de l'art et le secret bancaire bénéficie d'une protection accrue pour ce secteur) ont favorisé le marché. Puis finalement, la situation de son voisin français en matière de législation sur les ventes aux enchères, avec un marché fermé pour les commissaires-priseurs non français, a permis en Suisse l'installation de deux grandes maisons de ventes (Sotheby's et Christie's) qui ont considérablement dynamisé le marché.

La première réflexion sur la réglementation du transfert des biens culturels arrive avec la tenue d'Unidroit à Rome en 1995 : la Suisse participe en effet aux négociations qui mènent à la conclusion de la Convention Unidroit. L'interpellation 95.3588 est alors déposée au Conseil national suisse en décembre 1995 par Ulrich Fischer pour que la situation de l'adhésion de la Suisse à Unidroit soit clarifiée¹²⁰, mentionnant les risques d'une telle convention :

« Si cette convention s'appliquait en Suisse, elle aurait de graves conséquences pour les possesseurs d'œuvres d'art, publics ou privés, et

¹¹⁹ À partir du 1^{er} janvier 2016, la réglementation suisse en matière de lutte contre le blanchiment d'argent exige l'implication d'un intermédiaire financier, tel qu'une société de cartes de crédit, dans les transactions immobilières dont le montant est supérieur à 100 000 CHF. En parallèle, le vendeur peut effectuer des enquêtes de diligence sur les fonds de l'acheteur afin de déterminer la légitimité de l'origine des biens.

¹²⁰ L'interpellation d'Ulrich Fischer ainsi que la réponse du Conseil fédéral sont disponibles sur le site du Parlement suisse à l'adresse : <https://www.parlament.ch/en/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=19953588> [consulté le 9 août 2022].

des répercussions considérables sur l'organisation des expositions dans les musées, les échanges culturels internationaux, le commerce de l'art et les salons artistiques.»

Elle contient selon lui plusieurs principes contraires au droit suisse et l'avis des grands musées suisses ainsi que, spécifiquement, celui de l'Antikenmuseum de Bâle, sont demandés. Le Conseil fédéral répond le 14 février 1996, réfutant les arguments et insistant sur l'importance de légiférer sur le transfert des biens culturels. Il spécifie qu'il

«ne partage absolument pas les craintes exprimées dans l'intervention quant aux répercussions négatives que la convention d'Unidroit pourrait avoir pour les possesseurs d'œuvres d'art – publics ou privés –, sur l'activité des musées, sur les échanges culturels internationaux, le commerce d'art et les salons artistiques. Tout au contraire, la Convention donne au propriétaire légal d'un objet – qu'il s'agisse d'un État, d'un musée ou d'un collectionneur privé – la possibilité de saisir une juridiction ordinaire pour exiger la restitution d'un bien culturel volé ou illicitement exporté.»

C'est là un positionnement fort et important de la part de la Suisse en faveur d'une réglementation. Les Cantons sont consultés et répondent majoritairement en faveur d'une législation, mais un lobby de marchands, menés par Peter Blome, directeur de l'Antikenmuseum de Bâle, se constitue et arrive à faire pression pour que la Suisse ne ratifie pas Unidroit.

Début 2003, le débat reprend puisque plusieurs politiques militent pour que la Suisse s'engage au moins sur la Convention de l'Unesco, afin de redorer son image à l'international ternie par plusieurs cas de trafic illicite d'objets d'art, dont les affaires Médici et Bechina très médiatisées à la fin des années 1990 (Roux & Paringaux, 1999; Walson & Tedeschini, 2006). Le lobby qui s'était opposé à la signature d'Unidroit se reconstitue et arrive à faire pression pour qu'une forme très atténuée du projet soit acceptée au Conseil national. Cependant, en avril 2003, lors du renversement du régime de Saddam Hussein par les États-Unis, une image domine: celle des pillages, notamment du Musée national de Bagdad. L'Office fédéral de la culture sonne l'alarme: il est exclu que des objets volés arrivent sur son territoire. Début juin, le Conseil fédéral interdit le commerce des biens iraqiens; mi-juin, le Conseil des États annule toutes les coupes effectuées précédemment dans le projet de loi et le texte de l'Unesco est ratifié dans la foulée, presque dans son exhaustivité. La Suisse veut faire

figure de bon élève. La Convention de l'Unesco ratifiée en 2003 entre en vigueur en 2005. La définition du bien culturel est précisée par rapport au texte initial de l'Unesco (une différence est introduite en bien mobilier et immobilier, les fresques ou mosaïques appartenant par exemple à la deuxième catégorie). L'innovation majeure se situe sans doute dans la modification du statut des ports francs: l'entreposage en ports francs est désormais considéré comme une importation en Suisse, et non plus comme une importation sur territoire douanier étranger. Les musées sont aussi nommés en tant qu'organe de veille et le devoir de diligence n'incombe plus seulement à l'acheteur, mais aussi au vendeur¹²¹.

À partir de ce moment, quelques changements s'opèrent dans le paysage du commerce de l'art en Suisse: les départements de gestion d'art des banques suisses ferment, comme l'Art Banking d'UBS (Union des banques suisses) en 2009; Christie's et Sotheby's rapatrient une grande majorité de leurs activités à Paris, Londres et New York; le principal gérant des ports francs de Genève ouvre une succursale à Singapour et y déplace la majorité des services précédemment proposés; les saisies dans les ports francs de Genève deviennent régulières de même qu'une communication axée sur la transparence des ports francs¹²²; enfin, la Fondation du Droit de l'art à Genève prend de l'ampleur et organise régulièrement conférences, séminaires ou colloques¹²³.

Trafic illicite et restitutions: les musées comme instrument de protection des biens culturels

Il est difficile de dire quelle a été et est actuellement la situation exacte des objets ethnographiques dans ce paysage flou d'import-export, en Suisse comme ailleurs. En effet, les statistiques présupposent d'opérer une catégorisation des objets en circulation, et les objets ethnographiques ne possèdent pas leur propre catégorie au sein des douanes: ils sont

¹²¹ Art. 15-16 et 17, LTBC, 2003.

¹²² Voir pour exemple VERNE Jean-Michel, « Le Port Franc de Genève n'est pas une zone de non-droit », *Tribune de Genève*, 8 juin 2016. La communauté internationale reste sceptique sur le sujet.

¹²³ Créée en 1991, elle devient en 2009 un centre de droit autonome et en 2012-2013 la chaire de l'Unesco en droit international de la protection des biens culturels y établit ses quartiers, sous l'égide de Marc-André Renold. La fondation compte dans son conseil de direction en 2014 le directeur du Musée d'art de Genève, la directrice de Sotheby's Genève, la directrice du Musée d'art et d'histoire de Fribourg, la vice-présidente de Christie's et la directrice de Christie's Genève.

considérés soit comme des objets archéologiques, soit comme des objets d'art, soit comme des objets sacrés ou rituels. En outre, l'appartenance à l'une ou l'autre catégorie peut changer selon les douanes ou les époques. Finalement, si certains signes nous montrent que le trafic d'objets ethnographiques est très certainement important – pièces non datées, de provenance inconnue ou avec très peu d'informations, arrivant de régions en conflit ou en développement à des moments où la demande sur le marché est forte, pendant les foires, par exemple – il est très difficile de dégager des preuves tangibles.

La politique en matière de lutte contre le trafic d'objets culturels de la France, de la Suisse et de la Belgique se concentre en premier lieu sur leur propre patrimoine, comme en témoigne la réponse du Conseil fédéral en faveur d'une ratification d'Unidroit. En deuxième lieu, le trafic international reste majoritairement un trafic de pièces archéologiques – italiennes et grecques notamment – et les organes internationaux de lutte se concentrent bien souvent en priorité sur celui-ci. Une majorité des acteurs du marché de l'art soutient en outre que presque aucune pièce de qualité n'est encore présente dans les pays concernés, tous les objets se situant maintenant majoritairement en Europe ou aux États-Unis.

Finalement, les trafiquants ont au fil des ans développé certaines stratégies pour requalifier et redocumenter les pièces une fois exportées : la Convention de l'Unesco n'étant pas rétroactive, la majorité des pièces issues du trafic illicite sont attribuées à des collections antérieures à 1970, par exemple.

L'Unesco n'est pas la seule organisation à mettre en place des outils de lutte contre le trafic de l'art, dès le milieu des années 1940. L'ICOM naît en effet au lendemain de la Seconde Guerre mondiale et fera petit à petit de la lutte contre le trafic illicite des biens culturels, mais aussi des relations avec le marché de l'art, l'une de ses priorités. Dès 1986, un code de déontologie est développé, recadrant le rôle des musées dans le trafic illicite. Il spécifie notamment qu'« *aucun objet ou spécimen ne doit être acquis par achat, don, prêt, legs ou échange, si le musée acquéreur n'est pas certain de l'existence d'un titre de propriété en règle* » (point 2.2), que les musées doivent s'assurer que les objets n'ont pas été illégalement acquis (point 2.3, devoir de diligence) ou qu'ils ne doivent pas participer au trafic illicite (point 8.5)¹²⁴.

¹²⁴ Le code de déontologie est disponible à l'adresse : http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Codes/code_ethics2013_fr.pdf [consulté le 11 avril 2018].

L'ICOM se saisit dès les années 1990 du problème des pillages et vols des biens culturels africains et publie en 1994 *Cent objets disparus : pillage en Afrique*, puis en 1996 le *Manuel des normes : documentation des collections africaines*. Des programmes généraux concernant la lutte contre le pillage des biens archéologiques africains sont mis en place, en coopération avec les douanes et les professionnels de musées des pays concernés. En 1997, l'ICOM réunit les professionnels de musées africains, européens et nord-américains à Amsterdam pour lutter pour la protection du patrimoine africain ; ces discussions donneront naissance, en 2000, à la première liste rouge d'ICOM. Ces listes rouges, mises en place en collaboration avec Interpol, répertorient les objets exposés au trafic illicite du fait de contextes précaires (guerres, désastres climatiques, etc.)¹²⁵. À ce jour, aucune liste ne concerne les objets océaniques et, outre la première liste consacrée aux objets archéologiques africains, une liste concernant les objets d'Afrique de l'Ouest a été publiée en 2017.

La question de la lutte contre le trafic illicite croise bien souvent celle des restitutions des biens illégalement acquis, ou acquis en contexte colonial. Le terme de restitution est ici à entendre au sens du retour des objets dans le pays de leur production ; ce terme est en effet parfois entendu différemment dans le champ, au sens du retour dans un musée des objets qui étaient sur le marché. Par exemple, en 2016 à l'occasion du Parcours des Mondes, le galeriste Bernard Dulon a officiellement rendu au musée du quai Branly – Jacques Chirac un objet qui avait été sorti des collections du musée de l'Homme quelques années auparavant. À l'inverse, et malgré les intentions belges de transférer certaines pièces du Musée royal de l'Afrique centrale au nouveau musée de Kinshasa en 1966 (Mumbembele, 2014-2015 : 225), trois ans après, les pièces n'ont toujours pas regagné le Congo. Joseph-Désiré Mobutu s'empare de l'affaire pour soulever la question des restitutions des biens aux anciennes colonies, lors de la 28^e Assemblée générale des Nations unies à New York en 1973, où il met en avant le pillage qu'ont subi les pays d'Afrique. La résolution 3187, concernant la restitution des œuvres d'art, est proposée par le Zaïre lors de cette Assemblée générale et adoptée par 113 voix contre 0, avec 17 abstentions. Les deux cents pièces promises par le musée belge seront donc finalement envoyées au Zaïre, entre 1976 et 1982¹²⁶. Cependant, la

¹²⁵ La base de données des *red list* est disponible sur le site de l'ICOM (et relayée sur le site d'Interpol) à l'adresse <http://icom.museum/resources/red-lists-database> [consulté le 11 avril 2018].

¹²⁶ Voir CORBEY Raymond, « African Art in Brussels », *Anthropology Today* 15(16), 1999, p. 13, qui mentionne l'exemple d'une statue hamba, vraisemblablement ancienne pièce du musée de Tervuren

quasi-totalité des collections du musée disparaît lors de la chute de Mobutu et un grand nombre d'objets ont ensuite été retrouvés sur les marchés de l'art d'Europe, alimentant la rhétorique des opposants aux restitutions.

Les réglementations concernant les restitutions sont intrinsèquement liées à celles mises en place pour limiter le trafic illicite. Comme le spécifie Pierre Noual (2021 : 29), l'histoire de ces réglementations est «*un empilement des sources juridiques*». Aux Conventions de La Haye de 1899, 1907 et 1954, aux textes de l'Unesco et d'Unidroit, il faut aussi ajouter les directives de l'Union européenne pour protéger les biens des pays membres (directives 93/7/CEE du 15 mars 1993, puis 2014/60/UE), ainsi que les législations nationales¹²⁷. Sur la base de cet empilement, aujourd'hui :

«*D'une part, un État ne peut pas s'opposer à une action en revendication portant sur un objet incorporé dans ses collections nationales et ne saurait se retrancher derrière l'inaliénabilité ; d'autre part, il devient impossible de bloquer les restitutions au travers de la parade juridique de la bonne foi lors de l'acquisition d'un bien culturel initialement volé ou illicitement exporté.*» (Noual, 2021 : 31)

Toutes les restitutions depuis les années 1990 reposent sur cet arsenal législatif, dont le développement général s'est largement accéléré après la Seconde Guerre mondiale, cette dernière ayant souligné l'urgente nécessité de protéger le patrimoine en temps de guerre et de s'armer de législations permettant réparation quand la protection n'a pas été possible.

Du côté des objets ethnographiques, la question des restitutions des objets issus de pays anciennement colonisés connaît un regain d'intérêt dans les années 2010 plus particulièrement. On observe dans les discours médiatiques français¹²⁸ un lien explicitement formulé entre les restitutions et le passé colonial français, alors qu'auparavant le terme de restitution était davantage lié aux spoliations nazies et à des cas présentés comme uniques et spécifiques (les

offerte au Congo, retrouvée à la vente de Christie's du 29 juin 1994, lot n° 25, et estimée entre 80 000 et 135 000 dollars. Les recherches faites par Boris Wastiau et présentées dans le catalogue *Congo-Tervuren aller-retour : le transfert des pièces ethnographiques du Musée royal de l'Afrique centrale à l'Institut des Musées nationaux du Zaïre, 1976-1982* (2000).

¹²⁷ Voir CARDUCCI Guido, *La restitution internationale des biens culturels et des objets d'art. Droit commun, directive CEE, convention de l'UNESCO et d'Unidroit*, 1997.

¹²⁸ Voir DOYEN Audrey, «Le traitement médiatique des collections des musées d'ethnographie : visibilisation de la recherche et enjeux géopolitiques», présentation enregistrée dans le cadre du colloque *Global provenance : revisiting appropriated heritage in the light of inclusive partnerships?*, Palais de Rumine, Lausanne, 2 février 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=ZDVPb7IV1yE>.

manuscrits coréens, la Vénus hottentote, etc.). En 2016, le ministre béninois demande officiellement la restitution de pièces à la France : si la demande de restitution officielle par un pays africain n'est pas nouvelle, la réponse que formulera Emmanuel Macron un an plus tard l'est. En affirmant lors du discours de Ouagadougou du 29 novembre 2017 que « *le patrimoine africain ne peut pas être uniquement dans des collections privées et des musées européens* » et que « *d'ici cinq ans les conditions soient réunies pour des restitutions temporaires ou définitives du patrimoine africain en Afrique* »¹²⁹, Emmanuel Macron introduit une rupture avec la politique précédemment menée en France. Il lance aussi un débat vif dans les milieux, qui sera encore attisé par les conclusions du rapport Savoy-Farr commandé par le président et rendu le 23 novembre 2018¹³⁰. S'en sont ensuivies quelques propositions de loi : la proposition de loi relative à la restitution de la couronne du dais de la reine Ranavola III à la République de Madagascar¹³¹. Le texte final concernant les restitutions n'a toujours pas abouti.

En dehors de cet appareil juridique national, depuis 2005, une réglementation en collaboration avec l'OMPI (Organisation mondiale pour la propriété intellectuelle) permet de donner un cadre à la restitution des biens culturels par les musées¹³². Les réflexions au sein des musées questionnent de plus en plus les pratiques des professionnels, non seulement en interrogeant leur déontologie, mais tentent aussi de positionner l'institution muséale comme la garante du droit et de la régulation, comme en témoignent les nombreuses publications de l'ICOM à ce sujet depuis les années 1980 (Desmarais, 2015 ; Murphy, 2016).

Certains musées apparaissent ainsi comme les instruments prioritaires de la lutte contre le trafic illicite, quand d'autres restent réfractaires aux restitutions et proposent bien souvent des alternatives : recherche de provenances (terme emprunté aux spoliations nazies), dépôts, résidences de recherche, etc. Une division du travail s'est peu à peu construite, entre,

¹²⁹ *Discours d'Emmanuel Macron à l'Université d'Ouagadougou*, 28 novembre 2017, disponible en ligne : <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2017/11/28/discours-demmanuel-macron-a-luniversite-de-ouagadougou>.

¹³⁰ Voir par exemple la tribune de AILLAGON Jean-Jacques, « Les musées français ont vocation à conserver leurs œuvres d'art africaines », *Le Figaro*, 23 novembre 2018.

¹³¹ Assemblée nationale 4 mai 2021, n° 4133 et la Loi n° 2020-1673 du 24 décembre 2020, Journal officiel (26 décembre 2020, texte 5). Pour un aperçu complet des enjeux juridiques, voir les articles de NÉGRE Vincent, « Les collections d'art "non-occidental" : constitution et restitution aujourd'hui », *Perspective*, 2018, p. 65 et CLÉMENT-FONTAINE Mélanie, CHARLIER Philippe, BOULGÉ-LE-ROUX Claire et al., *Les restitutions des collections muséales : aspects politiques et juridiques*, 2022.

¹³² Voir <http://www.wipo.int/amc/fr/center/specific-sectors/art/icom/rules> [consulté le 11 avril 2018].

d'un côté, l'État et ses musées, et de l'autre côté, les marchés et le secteur lucratif. Cette division du travail va perdurer et structurer durablement les relations entre les deux mondes.

Le développement du capitalisme de l'expérience ainsi que d'une logique de luxe et d'investissement

Le développement du néo-libéralisme n'a pas favorisé l'expansion des marchés uniquement, mais aussi « *une logique de luxe* » (Gilles Lipovsky) et de l'art comme investissement. Ce développement connaît une expansion particulièrement rapide dans les années 1980 avec la création de bulles spéculatives dans certains champs artistiques, comme celui de l'art contemporain : l'objectif de l'achat d'œuvres d'art est la revente rapide avec une plus-value aussi intéressante que possible. La règlementation joue un rôle sur ce développement de l'art comme champ d'investissement, par exemple en France, où l'instauration de l'impôt sur la fortune pousse certains à investir leur fortune dans des niches fiscales.

Le marché de l'art explose alors, mais reste relativement stable malgré les crises économiques qui suivent : cette stabilité globale est à nuancer car les marchés de l'art sont constitués d'une multitude de couches. Le segment des objets africains et océaniens n'échappe pas à cette règle : il existe différents marchés au sein même de ce champ déjà réduit et la structuration du marché est aussi touchée par le développement – relativement récent – d'une logique d'investissement.

Le boom de l'« upper market » sur les marchés de l'art africain et océanien

*« Il y a différents marchés, donc ça dépend : de quel marchand, de quel marché, de quel segment de marché on parle ? C'est vrai que le segment "au top" marche de mieux en mieux et il marchera de mieux en mieux, mais ça concerne très peu de personnes et très peu d'objets. Le moyen, il souffre aujourd'hui pour plein de raisons, mais pour moi ce n'est pas définitivement mort. »*¹³³

¹³³ Entretien avec Aurélien Cuénot à Paris, le 31 octobre 2016.

Lorsque l'on cherche à savoir si le marché de l'art africain et océanien est aujourd'hui un marché qui fonctionne, les deux réponses possibles cohabitent généralement : non, le marché est en crise – oui, le marché s'envole. Les deux réponses ne sont pas contradictoires, le marché étant loin d'être homogène : il est constitué de plusieurs segments, types d'objets, types d'acheteurs et types de vendeurs. Il est difficile pour cela de se fonder sur des données chiffrées ou objectives, car il est difficile d'avoir accès aux chiffres de ventes des marchands¹³⁴ et des galeristes. Ainsi, pour différencier ces segments de marchés, je me suis basée principalement sur les discours des acteurs concernés ainsi que sur des entretiens avec des experts, d'où leurs caractéristiques basées sur des types de discours : le discours de la crise pour le marché moyen aujourd'hui et le discours de la sélection porté sur le segment haut, communément désigné dans le milieu comme l'*upper market*. Il existe aussi un marché bas, composé de vide-greniers, de marchands à la sauvette et de galeristes en début d'activité, vendant majoritairement aux touristes et collectionneurs amateurs à des prix bien plus bas. Ce dernier est peu en relation avec les musées et institutions culturelles, nous n'allons donc pas nous attarder sur sa structure.

Le marché moyen et le discours de la crise

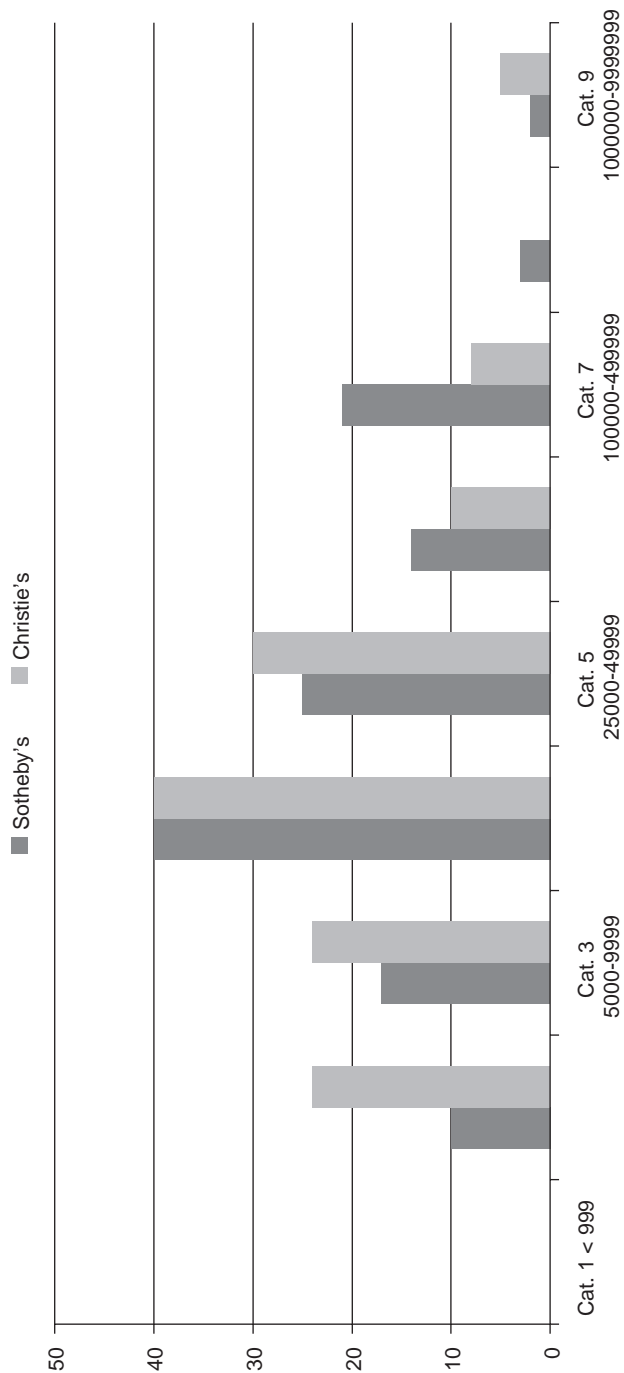
Le marché moyen est constitué par la majorité des pièces vendues ; ces dernières se situent dans une fourchette allant de 1 000 à 25 000 euros – 10 000 euros selon Art Media Agency qui situe en 2016 le marché moyen dans les lots vendus en dessous de 10 000 euros¹³⁵. Pour les galeristes, le segment moyen peut monter jusqu'à 25 000 euros. Ce segment moyen représente la grande majorité des échanges effectués sur le marché : 93,8 % des objets ont été échangés en dessous de 10 000 euros en 2016 sur le marché de l'art africain et océanien (Arkhade, 2016), mais ils n'ont représenté que 11,6 % du chiffre d'affaires mondial. Il s'agit de la fourchette de prix généralement pratiqués en galerie et de la majorité des lots vendus en ventes aux enchères¹³⁶.

¹³⁴ Voir chapitre 2, Galeristes et maisons de ventes : des acteurs structurants des marchés, p. 165.

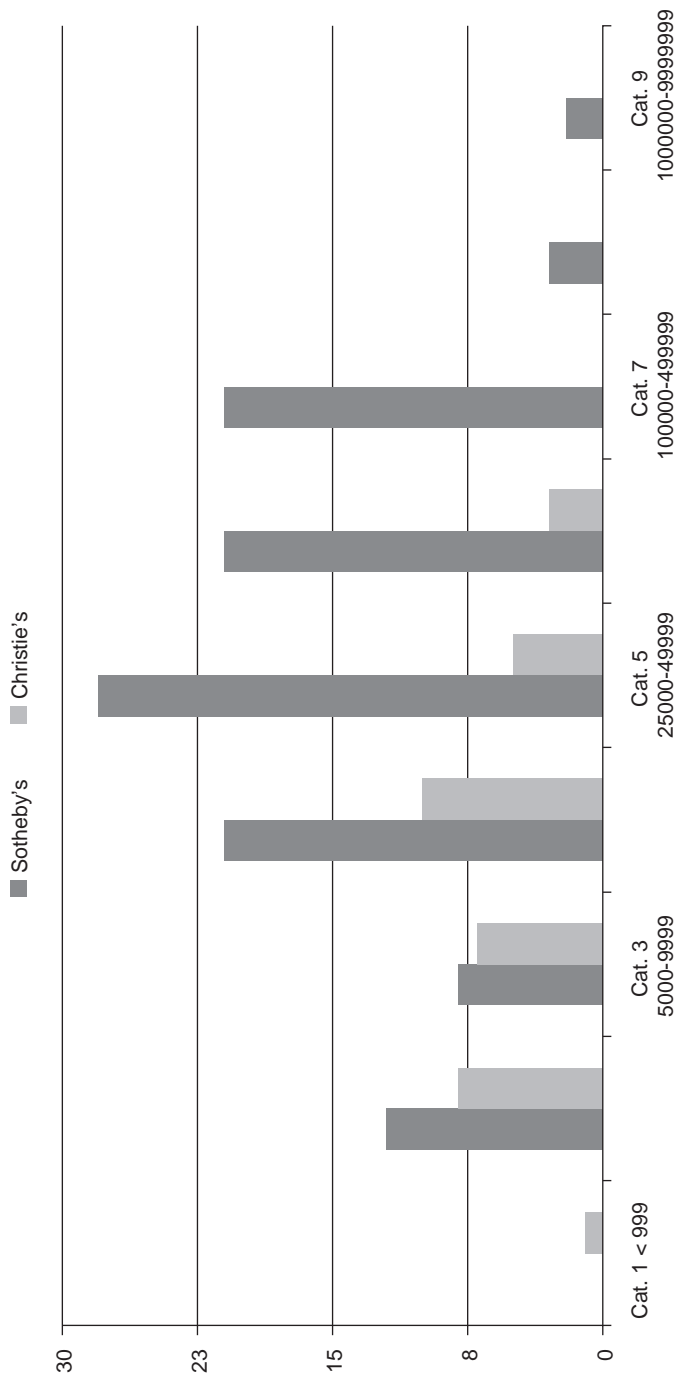
¹³⁵ Consulté sur le site artmediaagency.com le 18 avril 2018 ; désormais hors-ligne.

¹³⁶ Voir graph. 3 et 4, p. 125-126, pour Christie's et Sotheby's, et 10 à 12 pour les autres maisons de ventes aux enchères.

Graphique 3. Nombre de lots mis à la vente selon les catégories de prix (en euros) à Christie's et Sotheby's en 2015.



Graphique 4. Nombre de lots mis à la vente selon les catégories de prix (en euros) à Christie's et Sotheby's en 2016.



Il existe une autre façon de déterminer si un objet appartient au segment moyen ou non : la récurrence de sa présence sur le marché. Comme l'explique Lucas Rattou : « *les objets moyens reviennent sur le marché : c'est un cycle de cinq ans, dix ans* »¹³⁷. Plus un objet reste longtemps dans une collection, plus il acquiert de la valeur ; la présence répétée d'un objet sur le marché est suspecte et le dévalorise. Parce que, explique Lucas Rattou, « *les beaux objets ne sont pas à vendre* ».

Les acteurs se plaignent de plus en plus de ce segment de marché, qui subit pour eux une crise manifeste, et ce pour trois raisons principales : les objets se raréfient, les modes passent et les collectionneurs changent.

Pour les acteurs du champ de l'art africain et océanien, les beaux objets deviennent rares ; cet argument se déploie sur deux axes : tout d'abord, les objets dans cette fourchette de prix perdent en qualité et, deuxièmement, l'offre des objets de milieu de gamme devient de plus en plus rare sur le marché. Deux facteurs sont avancés pour justifier la raréfaction des objets : le nombre de collectionneurs en hausse, mais aussi le fait que les objets de qualités sont interceptés par les salles de ventes. La crise touche donc majoritairement les galeristes, principaux acteurs du marché moyen. Ils pointent le fait que l'achat auprès des fournisseurs devient de plus en plus ardu et qu'ils assistent à « *une raréfaction des objets* »¹³⁸ dont la majorité serait sortie de leur pays d'origine et ne se trouverait plus que dans les collections européennes :

« *Clairement aujourd'hui on se bat pour trouver des objets. Ah clairement ! Le vrai problème du métier aujourd'hui, ce n'est pas de vendre, c'est d'acheter. C'est la chose la plus compliquée. De trouver et d'acheter.* »¹³⁹

La structure du marché s'est modifiée et les acheteurs, de leur côté aussi, auraient également changé : ils seraient de mieux en mieux renseignés et donc de plus en plus pointilleux sur les pièces, recherchant majoritairement des pièces de grande qualité :

« *Aujourd'hui, c'est fini tout ça : le vrai collectionneur il ne veut pas cinquante masques africains, il en veut trois, mais il veut les trois meilleurs. Parce que quand vous avez une collection de cinquante objets, vous n'avez pas cinquante chefs-d'œuvre. En tout cas, il y a vingt ans ce n'était pas comme ça : sur cinquante, vous aviez peut-être trois chefs-d'œuvre, cinq*

¹³⁷ Entretien avec Lucas Rattou à Paris, le 24 novembre 2015.

¹³⁸ Entretien avec un marchand bruxellois, le 12 juin 2015.

¹³⁹ Entretien avec un marchand parisien, le 24 novembre 2015.

très, très beaux, vingt beaux, dix moyens, dix pas terrible et trois faux. On va dire ça. Aujourd'hui le collectionneur qui a les moyens, eh bien, il veut trois tops, parce qu'à côté de ça, il veut de l'art moderne top, ou de l'art contemporain top. »¹⁴⁰

Les effets de mode sont aussi régulièrement avancés comme des facteurs d'appauvrissement de l'intérêt des collectionneurs pour ce champ de l'art, d'une part, ou comme des facteurs de l'appauvrissement de pièces spécifiques – de régions, de pedigree, etc. – dû à un intérêt marqué par les collectionneurs pour ces objets-là en particulier. Les musées ont ici un rôle à jouer, puisque pour la majorité des galeristes, les expositions proposées par les musées d'ethnographie permettent, tout d'abord, de garder intact l'intérêt des gens pour l'art africain et océanien, voire de développer d'autres intérêts, pour des objets peu cités, peu montrés ou peu demandés habituellement :

«Je pense que les musées et les expositions participent quand même à ce que ce domaine reste d'actualité et qu'on en parle. Le quai Branly communique bien sur les expositions. Il faut qu'ils se disent que ça peut avoir un côté cool à collectionner de l'art premier ce qui n'est pas forcément trop le cas, en tout cas c'est moins le cas, que collectionner de l'art contemporain parmi les jeunes qui ont de l'argent. »¹⁴¹

Finalement, la crise du secteur moyen s'explique aussi, pour la majorité des galeristes, par la raréfaction des acheteurs ou, du moins, d'un type d'acheteur en particulier.

Le collectionneur-investisseur

Pourquoi des collectionneurs achètent aujourd'hui de l'art africain et océanien ? Si Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini ont largement développé les réponses à cette question dans leur recherche sur les collectionneurs (2008) en soulignant la propension à vouloir « faire œuvre », à communiquer avec le sacré, etc., il apparaît intéressant pour cette recherche de s'arrêter plus spécifiquement sur deux réponses majeures apportées

¹⁴⁰ Entretien avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

¹⁴¹ Entretien avec Aurélien Cuénot, fondateur et directeur d'Artkhade, à Paris, le 31 octobre 2016.

par les recherches sur les collections, d'art en général ou d'objets ethnographiques en particulier : un axe économique et un axe social.

Le premier facteur évoqué est celui de l'investissement. Comme en témoigne le vocabulaire qui lui est fréquemment associé, l'art est un moyen de placement et un secteur fort de l'économie : cote des artistes, plus-value des œuvres, effondrement ou explosion du marché... De nombreuses revues spécialisées proposent de suivre l'évolution du secteur, la cote des artistes et des œuvres, afin d'effectuer les meilleurs placements à long ou court terme¹⁴². Avec l'essor du numérique, ces outils se sont automatisés et perfectionnés, donnant naissance aux bases de données de prix des enchères, aux comparaisons entre ventes ou aux alertes concernant certaines modifications du marché. Artprice, leader du marché dans ce secteur, est aussi devenu une source d'informations précieuse, compilant et publiant un grand nombre de ses données en *Rapports annuels sur le marché de l'art*¹⁴³. Comme l'immobilier, l'art est un secteur perçu comme sûr et en constante progression ; après les répercussions de la guerre, puis de la crise économique, les investisseurs ont donc été de plus en plus nombreux à se tourner vers ce type de valeurs refuges. L'art africain et océanien ne fait pas exception à cette règle, même si l'argument n'est évoqué que du bout des lèvres par les marchands et les collectionneurs eux-mêmes :

*«Maintenant c'est aussi devenu un investissement pour certains, c'est sûr, l'art d'Afrique est devenu un investissement.»*¹⁴⁴

*«Ce que je peux vous dire, c'est que les gens qui ont acheté des vrais objets chez des vrais marchands en l'espace de cinq ans sont très contents d'avoir eu ça plutôt que des actions des banques. Surtout après le crash qui s'est passé ces dix dernières années.»*¹⁴⁵

Dans son ouvrage majeur *Le marché de la peinture en France* (1967 : 58), Raymonde Moulin souligne combien les pratiques fiscales et légales peuvent influencer la structure du marché en favorisant ou non l'accès financier aux œuvres (réductions d'impôts, défiscalisation, etc.) :

¹⁴² Ainsi la *Gazette de l'Hôtel Drouot*, le *Moniteur des ventes*, *Galerie des Arts*, *Réalités*, *Le Marché des Arts*, ou les rubriques spécialisées dans la presse générale : *Le Figaro*, *Le Monde*, *Connaissance des Arts*, etc.

¹⁴³ Ces rapports sont en outre diffusés en open access sur leur site : <https://fr.artprice.com/artmarketinsight> [consulté le 28 avril 2018].

¹⁴⁴ Entretien avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

¹⁴⁵ Entretien avec un galeriste bruxellois, le 25 janvier 2015.

«Au terme de son étude sur L'Économie du goût, Gérald Reitlinger fait judicieusement ressortir l'influence que des décisions générales d'ordre économique et fiscal ont exercée à plusieurs reprises dans le passé sur le marché de l'art. [...] En France, l'absence d'impôt sur la plus-value en capital joue en faveur du marché. Un collectionneur français qui revend très cher une toile achetée bon marché n'est pas, à la différence du collectionneur américain, imposable.»

Cette observation relative à la fiscalité a beau dater de 1967, elle reste inchangée : en 2014, un amendement pour faire entrer les collections dans la fortune, proposé par l'UDI (parti centriste en France), est balayé par les députés français. La suppression de l'ISF a récemment tranché la question, mais, auparavant, les collections d'œuvres d'art ne faisaient pas partie de la fortune imposable. La situation est la même en Suisse et en Belgique. L'impôt sur les achats et les œuvres n'intervient que s'il s'agit de l'activité lucrative principale du particulier ou de l'entreprise, en l'occurrence, pour un marchand ou un galeriste.

Du côté des musées, ces cadres légaux et fiscaux jouent aussi sur l'accroissement des collections : les dons et le mécénat ont aussi été encouragés depuis les années 2000. En 2003 et 2005, deux lois promulguent en France la défiscalisation des dons et des soutiens aux achats des musées¹⁴⁶. En Suisse, bien que la législation fiscale soit cantonale, les dons faits en faveur des musées sont généralement déductibles des impôts, à condition que l'institution soit reconnue d'ordre public. En théorie, la législation belge ne diffère pas grandement¹⁴⁷ : l'institution doit être agréée par l'État et, si le don n'est pas fait en espèce, mais en œuvre d'art, le ministre des Finances doit reconnaître cette œuvre comme «*appartenant au patrimoine culturel et mobilier du pays ou comme ayant une renommée internationale*» et fixer «*la valeur de ces œuvres d'art en argent*»¹⁴⁸.

L'aspect financier est donc un élément en partie structurant des marchés de l'art : certaines catégories d'objets, les tableaux et les œuvres d'art ancien, se retrouvent parfois rapidement hors d'atteinte de certains

¹⁴⁶ 66% de réduction des sommes versées dans la limite de 20% du revenu imposable pour les particuliers et 60% dans la limite de 0,5% du chiffre d'affaires pour les entreprises (Loi n° 2003-1311 du 1^{er} août 2003 en faveur du mécénat, loi de programmation pour la cohésion sociale n° 2005-32 du 18 janvier 2005 et les articles 200 et 238bis du Code Général des Impôts).

¹⁴⁷ Même si elle est légèrement moins avantageuse : 45% de réduction du montant n'excédant pas 10% du revenu net.

¹⁴⁸ Service public fédéral des Finances de Belgique.

consommateurs, au vu de la surenchère constante et grandissante sur le marché de l'art. Des catégories d'objets considérés comme de moindre importance sont donc investies par les collectionneurs. Cependant, Krzysztof Pomian (1987 : 55), relève que dès qu'un type d'objet se répand dans les collections, les détenteurs du pouvoir scientifique et artistique s'y intéressent, faisant ainsi augmenter la surenchère. Selon lui, le processus de légitimation naît donc chez les collectionneurs et marchands qui investissent des franges délaissées du marché, ce qui attire l'intérêt des milieux scientifiques. La reconnaissance provient ainsi des milieux privés, une idée qui gouverne l'historique du champ de l'objet ethnographique (par exemple, chez Estelle Fossey (2011). Selon cette théorie, la montée sur les marchés de l'art des objets ethnographiques est due à une forme de saturation des marchés classiques et l'intérêt scientifique et académique provient de l'intérêt grandissant des marchés pour ces objets ; cependant¹⁴⁹, cette théorie ne prend pas en compte la complexité des échanges entre le marché, l'université et le musée.

Les arguments économiques et de l'investissement réapparaissent fréquemment dans les discours des acteurs du champ de l'art africain et océanien, souvent pour pointer l'arrivée sur le marché d'un type de collectionneur considéré comme nouveau, le collectionneur-ignorant-investisseur, par opposition à un type ancien et traditionnel : l'amateur-découvreur-intéressé :

«La population des personnes qui achètent a vraiment changé. Avant on avait des psychologies de type professeur Tournesol, qui arrivaient qui avaient une culture très importante, qui arrivaient dans une galerie, regardaient un objet... ils achetaient avec les yeux. Cette même personne aujourd'hui, c'est celui qui vend.»¹⁵⁰

«Maintenant, il y a des ventes très importantes d'objets très importants où on obtient des prix extraordinaires pour des objets extraordinaires qui sont payés par des gens qui ne viennent pas de notre culture. "Des gens qui ne viennent pas de notre culture", c'est-à-dire des gens qui n'ont pas le profil des anciens collectionneurs qui connaissaient, se renseignaient, voyageaient, qui allaient dans les galeries, et qui savaient ce qu'ils achetaient.»¹⁵¹

¹⁴⁹ Voir chapitre 2, point Perméabilité des frontières et hiérarchisation des acteurs marchands, p. 177.

¹⁵⁰ Entretien avec Judith Schoffel de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

¹⁵¹ Entretien avec un galeriste bruxellois, le 26 janvier 2015.

L'argent semble s'opposer, dans ce discours, à la connaissance. Pourtant ces deux éléments fonctionnent souvent ensemble dans les discours, comme deux signes de pouvoir ou d'appartenance à un groupe : « *Ça, ce n'est pas cher, si tu veux avoir quelque chose qui claque dans ton appartement !* »¹⁵², me conseillait un collectionneur devant l'étalage des objets fait par un vendeur de rue. C'est que l'objet de collection n'est pas seulement un investissement économique : il est aussi, sans aucun doute, un insigne du pouvoir et d'appartenance à une certaine classe ou groupe social :

« En règle générale, plus haut on est situé dans la hiérarchie, plus grand est le nombre de sémiophores dont on s'entoure et plus grande est aussi la valeur de ceux-ci. Autrement dit, c'est la hiérarchie sociale qui conduit nécessairement à l'apparition des collections, car ces ensembles d'objets ne sont que des manifestations des lieux sociaux où s'opère à des degrés variables, la transformation de l'invisible en visible. » (Pomian, 1987 : 45)

La collection permet aux détenteurs du pouvoir, ou à ceux qui le revendiquent, de montrer leur position dominante, par leurs ressources financières (ils ont la capacité d'acquérir des objets à haute valeur financière), mais aussi par leurs ressources intellectuelles (ils possèdent le savoir, l'éducation et le talent pour reconnaître les objets à haute valeur culturelle et intellectuelle), ces deux types de ressources étant intrinsèquement liées et se nourrissant l'une l'autre. Nous avons vu à quel point les collections ethnographiques sont sujettes à des enjeux géopolitiques importants – colonisation, reconnaissance, diplomatie, relations internationales, etc. – et leur arrivée dans les collections, qu'elles soient publiques ou privées, n'échappe pas à des enjeux sociaux qui interviennent à différentes échelles : à l'échelle du collectionneur et à l'échelle du pays ou de l'État. Trois registres intellectuels sont fréquemment mobilisés pour justifier des acquisitions et de l'arrivée d'objets ethnographiques dans des collections privées ou publiques et positionnent l'acquéreur – qu'il soit individuel ou institutionnel : le registre de la connaissance met en avant l'importance des objets ethnographiques dans le développement de l'art moderne et contemporain et valorise donc l'acquéreur comme un « *connaisseur*¹⁵³ » ; le registre de l'opposition adopte la vision antiacadémique que l'histoire du

¹⁵² Entretien avec un collectionneur d'art africain à Paris, le 6 octobre 2015.

¹⁵³ Sur ce sujet, voir GRIENER Pascal, *La République de l'œil*, Paris, Odile Jacob, 2010 et, sur les objets ethnographiques en particulier, PRICE Sally, *Primitive Art in Civilized Places*, Chicago, The University of Chicago Press, 1991.

champ véhicule¹⁵⁴ et valorise l'acquisition de l'objet comme une façon de détourner les codes et les normes du champ culturel classique, valorisant l'acquéreur comme « *avant-gardiste* » ; le registre du sauvetage mobilise les arguments de la conservation des objets et de leur préservation grâce à leur arrivée en Europe, loin des contextes politiques parfois violents de leur pays d'origine, positionnant l'acquéreur comme un « *sauveur-conservateur* »¹⁵⁵.

Cette crise du segment moyen du marché et cette modification de la clientèle ont diverses conséquences, car les galeristes ont cherché à développer des stratégies pour contrer ces changements qui les affectent particulièrement. La première solution envisagée est celle d'ouvrir de nouveaux marchés et d'essayer de vendre des objets habituellement peu recherchés par les collectionneurs : cette stratégie a l'avantage, pour le galeriste, d'écouler des stocks de pièces moins importantes et, si elle fonctionne, de créer une clientèle spécifique et de devenir *leader*, voire d'asseoir un monopole, sur une catégorie particulière d'objets. La deuxième stratégie consiste à modifier la qualité des pièces habituellement proposées en galerie : d'une fourchette de prix moyens, le galeriste peut ainsi baisser en qualité et proposer des objets habituellement vendus en vide-greniers ou marchés aux puces ou, au contraire, essayer de concurrencer les maisons de ventes en jouant sur un discours de la sélection et de la qualité des pièces proposées : « *Comme la qualité se perd, on a tendance à se reconforter avec des objets moins bien, mais il ne faut pas tomber dans le panneau. C'est ça qui est dangereux : comme il y a moins d'objets beaux, de réduire la qualité. [...] Quel est l'objectif ? Ça serait de continuer ce qu'on fait, mais de façon de plus en plus élitiste. De monter en gamme.* »¹⁵⁶

En conclusion, domine, sur ce segment du marché, un discours de la crise devant laquelle les galeristes, principaux touchés, se sentent relativement démunis : « *Mon métier a changé : travailler en galerie n'est plus autant*

¹⁵⁴ Voir *supra*, chapitre 1, Artifier la catégorie : l'art moderne, p. 55.

¹⁵⁵ On retrouve de tels propos à de nombreuses reprises et l'on pourrait multiplier les exemples : lors d'un Café Tribal organisé par *Tribal art Magazine* durant la foire Parcours des Mondes 2015 qui réunissait la restauratrice Anne-Catherine Kenis, Olivier Langevin, directeur du laboratoire QED (laboratoire d'analyses scientifiques) et Marc Ghysels, radiologiste et spécialiste des scanners de sculptures, de nombreux collectionneurs présents dans la salle ont soulevé cet argument : les pièces doivent être sorties de leur pays afin de bénéficier des restaurations et études thermoluminescentes de datation, souvent financées par les collectionneurs eux-mêmes. Pour davantage de détails sur les collectionneurs d'objets ethnographiques et leurs motivations, voir DERLON Brigitte, JEUDY-BALLINI Monique, « *La passion de l'art primitif...* ».

¹⁵⁶ Entretien avec Lucas Rotton à Paris, le 24 novembre 2015.

porteur.»¹⁵⁷ Souvent issus de générations où l'art africain et océanien avait le vent en poupe et où les objets étaient facilement dénichables, la majorité des galeristes interrogés tiennent aujourd'hui un discours souvent désabusé, voire défaitiste, où le marchand semble être en lutte perpétuelle face aux changements du secteur et face à la montée d'un segment haut du marché, quasi monopolisé par les maisons de ventes aux enchères.

L'*upper market* et le discours de la sélection

L'*upper market*, secteur «haut de gamme», se caractérise par un nombre limité de pièces vendues aux prix les plus élevés sur le marché. Sur le marché de l'art africain et océanien, le haut de gamme se situe sur des catégories de prix supérieurs à 20 000 euros environ, cette marge étant discutée et variable selon les personnes interrogées. Ce segment est aujourd'hui unanimement reconnu comme le segment occupé par les maisons de ventes aux enchères où, comme nous l'avons vu, le prix moyen de vente se situe autour de 30 000 euros. Selon le *Rapport sur le marché de l'art tribal, 2000-2015* (Artkhade, 2016), Sotheby's et Christie's effectuent la majorité de leur chiffre d'affaires sur les objets au-dessus de 100 000 euros; les deux maisons de ventes aux enchères s'accaparent même plus de 75 % de tous les lots vendus au-dessus de 100 000 euros sur le marché mondial.

Tendre vers l'*upper market* est une stratégie en deux temps qui consiste, premièrement, à diminuer le nombre d'objets mis en vente et, deuxièmement, à augmenter leur adéquation aux critères de qualité du champ. Depuis les années 2000, Christie's et Sotheby's ont ainsi graduellement diminué le nombre de lots mis en vente et augmenté les prix: entre 2005 et 2009, le volume des pièces vendues est en moyenne de 2 200, alors qu'il est en 2017 de 1 400 en France et à New York. De deux cent cinquante pièces proposées à chaque vente, Christie's et Sotheby's proposent en 2017 en général entre cinquante et quatre-vingts lots au maximum à chaque fois. Cependant, les chiffres d'affaires des maisons de ventes se maintiennent, indiquant que les deux maisons se focalisent de plus en plus sur le segment haut du marché où ne se côtoient que les pièces de grande valeur.

¹⁵⁷ Entretien avec Pierre Loos à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

Ces deux axes – qualité et rarefaction – se retrouvent dans les discours des maisons de ventes sous le nom de « stratégie de la sélection » :

« On a notre enjeu, pas seulement parce qu'on travaille pour Sotheby's – c'était une évidence parce qu'on travaillait chez Sotheby's – mais parce que c'était notre conviction aussi, d'être très sélectif. [...] Il doit toujours y avoir une cohérence de qualité et ça c'est vraiment important. On s'est dit dès le début, on va être de plus en plus serré sur la qualité des œuvres que l'on présente. »

Si un prix élevé signifie forcément qu'un objet est de qualité, qu'un objet soit relativement peu cher ne signifie pas qu'il est médiocre. Au contraire, les maisons de ventes ont développé une stratégie marketing pointue afin de faire de la qualité leur marque de fabrique, peu importe la fourchette de prix :

« Même un objet à 2 000 euros, il faut que ce soit quelque chose de remarquable, pour une raison ou une autre, c'est remarquable. Et ça, on a resserré de plus en plus. [...] Sotheby's, à partir de 2004 à peu près, a dit "on resserre sur la qualité". Donc on n'est pas dans les petits objets, donc on va se spécialiser par rapport à notre principal concurrent sur les œuvres de meilleure catégorie. »

Ce discours de la sélection permet ainsi de mettre en avant n'importe quel objet, peu importe son prix : l'objet est *sélectionné*¹⁵⁸ comme étant le meilleur de sa catégorie particulière. Force est cependant de constater que, malgré ce discours, la majorité des lots dispersés par le duopole du marché se situent entre 10 000 euros et 500 000 euros (graph. 3 et 4, p. 125-126) et que les deux maisons sont quasiment les seuls acteurs du marché à atteindre régulièrement des prix supérieurs au million.

Ce discours de la sélection mobilisé par les maisons de ventes aux enchères s'est répandu sur l'ensemble du marché et chez les autres acteurs du champ. Les galeristes notamment qui, comme nous l'avons vu, ont développé un certain nombre de stratégies afin de contrer la crise du segment moyen, mobilisent de plus en plus le discours de la sélection, tentant de s'appropriier les miettes de l'*upper market* pour contrer les maisons de ventes aux enchères¹⁵⁹. Cette évolution du marché vers un

¹⁵⁸ Sur les critères retenus, voir chapitre 4, point Les critères de valeur, p. 232.

¹⁵⁹ Ce discours apparaît dans la totalité des entretiens menés avec les responsables de départements des maisons de ventes aux enchères et dans un peu moins de la moitié des entretiens menés avec les galeristes.

segment de plus en plus élevé, avec une raréfaction des objets et une hausse des prix, accompagne le développement de la clientèle et des collectionneurs : l'acheteur est devenu plus exigeant et plus demandeur, provient d'autres champs de l'art, investit son argent :

« Il y a un truc qui s'est passé ces dernières années sur l'art primitif qui est important à comprendre : on a vu arriver des collectionneurs d'art contemporain. Ça, ça a complètement changé le marché. Ça commence à la fin des années quatre-vingt. Ces collectionneurs se sont aperçus qu'ils pouvaient avoir de très, très bons objets, absolument fabuleux, pour, quoi, cent mille, deux cent mille dollars à l'époque, qui étaient déjà des prix qui pour nous étaient complètement effrayants, mais ce n'était rien. Voilà ils sont arrivés sur ce marché. Et j'ai vu des collections américaines, avec tout ce qu'il faut et, à côté, il y a une sculpture africaine. Ça a complètement changé les choses. »¹⁶⁰

La stratégie des maisons de ventes a un impact profond sur l'ensemble du marché : en quelques années, elles sont devenues des acteurs majeurs du champ, définissant des codes, des moments forts et des standards, haussant les prix et diversifiant la clientèle. Les maisons de ventes n'ont pas seulement modifié le marché, elles se sont aussi pourvues d'une image à laquelle il est bon de s'associer : *« dans plein de choses, on gagne à être associés à Sotheby's, qui véhicule une idée d'excellence. »¹⁶¹* Les galeries sont ainsi moins fréquentées, ce qui oblige les marchands à développer de nouvelles stratégies, telles que la participation aux événements.

La montée de l'événementiel et du « capitalisme de l'expérience »

Dresser un panorama des marchés de l'art africain et océanien aujourd'hui pourrait se résumer à citer les événements majeurs qui jalonnent l'année d'un conservateur, d'un collectionneur ou d'un marchand. Du côté des marchés, les galeristes sont unanimes : bien que les foires et les salons dédiés entièrement ou en partie à l'art africain et océanien ne soient pas nouveaux – plus de vingt-cinq ans pour les plus anciens – ces derniers ont pris une importance grandissante ces dernières années. Cette fréquentation

¹⁶⁰ Entretien avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

¹⁶¹ Entretien avec Elena Martinez-Jacquet à Paris, le 27 novembre 2015.

est telle que certains galeristes passent leur temps à préparer et à fréquenter foires et salons :

«Au niveau de la galerie, l'important, c'est de faire des salons. J'aimerais faire des salons encore plus prestigieux, avec de plus belles expos. J'ai eu des années où j'ai fait jusqu'à neuf salons dans l'année ! »¹⁶²

Certains galeristes affirment même que ces événements sont leur objectif majeur, voire le seul intérêt à posséder une galerie :

«Avoir une galerie, c'est une forme de visibilité, c'est surtout la visibilité pour les événements : Bruneaf d'été et d'hiver, présenter les objets, les stocker et les vendre. Aujourd'hui, plus personne ne passe dans la galerie autrement. »¹⁶³

«J'ai deux énormes galeries que je vais vous faire visiter dans quelques minutes, ici en dessous. Une étant une galerie permanente et l'autre une galerie événementielle, sur chaque fois 180 mètres carrés. Mais le problème c'est que depuis 4-5 ans, les galeries ferment les unes après les autres, les gens ne vont plus vraiment dans les galeries, sauf s'il y a un événement. »¹⁶⁴

Quelques noms de salons reviennent régulièrement dans leurs propos : les foires les plus citées sont Parcours des Mondes à Paris (40 % des entretiens), Bruneaf (Brussels non european art fair) à Bruxelles (30 % des entretiens), Brafa (Brussels Art Fair) à Bruxelles (25 % des entretiens) et, un peu moins régulièrement, Tefaf à Maastricht (15 % des entretiens) et la Biennale de Paris (15 % des entretiens). Les foires anglaises ou américaines ne sont citées que ponctuellement : le PAD (2,5 %), la Frieze (2,5 %) et Tribal Art London (TAL) à Londres (2,5 %) ou l'Armory Show à New York (2,5 %). La foire belge Thema n'est citée qu'une fois et quelques foires bruxelloises et parisiennes ne sont jamais citées, comme Paris Tribal ou Brussels Art Square¹⁶⁵. En parallèle, d'abord mal organisées et peu régulières, les ventes aux enchères d'art africain et océanien se sont peu à peu structurées. Centralisées par Sotheby's et Christie's à Paris pour le marché européen, elles ont lieu deux fois par an à des moments précis, garantissant une logique de rendez-vous : en juin et en décembre. L'offre

¹⁶² Entretien avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

¹⁶³ Entretien avec l'assistant de galerie de Sarah de Monbrison, à Bruxelles le 18 novembre 2015.

¹⁶⁴ Entretien à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

¹⁶⁵ Voir la description approfondie (historique, structure, publics, etc.) de ces foires à l'annexe 2.3, p. 401.

est ainsi concentrée, ce qui favorise la venue de tous les acteurs du champ : collectionneurs, galeristes, marchands en chambre, curieux, amateurs, conservateurs de musée, etc. Si la sociographie de ce chapitre se concentre majoritairement sur les marchés, il est important de souligner que la montée de l'événementiel ne les concerne pas uniquement : du côté des musées, de nombreuses recherches soulignent depuis une dizaine d'années le processus d'« accélération » (Jacobi, 2013) du temps muséal, à savoir le développement d'une offre culturelle et événementielle de plus en plus dense et rapide.

Cette montée de l'événementiel n'est pas propre au secteur muséal et artistique et s'observe dans les autres domaines de la culture en général, mais aussi dans la société et s'explique notamment par le développement d'un capitalisme de l'expérience – *experience economy* – qui postule que l'économie se développerait à une nouvelle étape dans laquelle des événements mémorables doivent être organisés non seulement pour favoriser la consommation de certains produits, mais aussi pour devenir, *in fine*, eux-mêmes les produits de consommation¹⁶⁶. En ce qui nous concerne, cette *experience economy* se déploie autour de trois axes : une préoccupation grandissante des publics, de leur accroissement mais aussi de leur élargissement ; le développement d'une logique de l'expérience, associée à l'intégration de plus en plus importante du marketing expérientiel dans les musées et les secteurs de l'art ; finalement, un phénomène d'émulation, à savoir une fabrication de savoirs et d'échanges de connaissances et d'informations par l'accumulation de rencontres.

Le public au centre des événements

Le public est aujourd'hui au centre des préoccupations des principaux acteurs du champ de l'art africain et océanien, qui ont pour objectif son élargissement et sa diversification. Les foires, qui peuvent apparaître comme concurrentes, ne se positionnent ainsi pas sur les mêmes créneaux de publics : par exemple, le *Parcours des Mondes* s'oriente en direction des collectionneurs d'art africain et océanien, mais est aussi présenté comme

¹⁶⁶ PINE Joseph, GILMORE James, *The Experience Economy*, Harvard Business School Press, Boston, 1999 ; HOLBROOK MORRIS, HIRSCHMAN Elizabeth, « The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings and fun », *The Journal of consumer research* 9(2), 1982, pp. 132-140. SCHULZE Gerhard, *Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart*, Frankfurt am Main, Campus-Verlag, 1993, pp. 52-54, 58-60, 417-457.

un événement parisien majeur, accessible à n'importe quel amateur, touriste international ou curieux du coin, comme l'assurent les galeristes participants et les visiteurs :

«Parcours des Mondes, ils font beaucoup de presse, de communication, donc il y a tout un grand public de purs curieux qui viennent visiter, voir ce qu'il se passe.»¹⁶⁷

«Parcours des Mondes, à côté de ça, il y a des restaurants, la vie de la ville, donc ça fait que c'est plutôt un public qui passe par là : "Tiens on va voir ce que c'est".»¹⁶⁸

Le Parcours des Mondes est à portée internationale et brasse un large public, ce qui donne aux marchands davantage de garanties sur les ventes et donc, par conséquent, les amène à réserver leurs meilleures pièces pour ce moment de l'année où les chances de trouver l'acheteur potentiel sont plus élevées. Au contraire de Parcours des Mondes, d'autres foires se veulent plus intimistes : la foire Bruneaf, si elle attire quelques curieux ou badauds, notamment dans sa version estivale, reste une foire orientée principalement en direction d'une clientèle existante et connue des marchands, comme le note Lucas Ratton : *«On fait [Bruneaf] winter et été, parce qu'on a une clientèle en Belgique qu'on maintient»¹⁶⁹*, sous-entendant même que la clientèle visée est une clientèle presque exclusivement belge. En dehors d'une circonscription du public à une aire géographique, certaines foires sont orientées en direction d'un public averti, voire uniquement professionnel, telle Thema à Bruxelles.

La diversification des publics touchés par les événements ne concerne pas uniquement le type de public – amateur ou averti – ou leurs origines – local ou international – mais aussi leurs domaines d'intérêt artistique. La foire Paris Tribal est par exemple particulièrement adressée aux collectionneurs d'art contemporain. L'année de sa création n'est ainsi pas anodine : 2014 voit en effet une explosion du marché de l'art africain et océanien grâce aux maisons de ventes aux enchères principalement basées à Paris et l'arrivée – grâce à ces dernières – des collectionneurs d'autres champs artistiques adroitement amenés par les conseillers des maisons de

¹⁶⁷ Entretien avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

¹⁶⁸ Entretien avec Julien Volper à Bruxelles, le 15 juillet 2014.

¹⁶⁹ Entretien avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015, un discours qui confirme ce que j'évoquais plus haut concernant la place de la Belgique et l'importance de son bassin de collectionneurs (point Les enchères à Paris, les marchands à Bruxelles ?, p. 157).

ventes à s'intéresser à «l'art des origines de l'art»¹⁷⁰. Paris Tribal semble s'engouffrer dans une brèche ouverte.

Les foires généralistes sont particulièrement propices à cette diversification des collectionneurs : lors des foires généralistes, comme la Brafa ou la Biennale des antiquaires qui regroupent des exposants de toutes les périodes et aires géographiques de l'art, le public est nombreux et hétéroclite. Les galeristes insistent en général sur la possibilité offerte de convertir de nouveaux collectionneurs et de renouveler leur clientèle, mais aussi sur le travail important que cette ambition exige : le dispositif de présentation joue un rôle non négligeable pour favoriser l'arrêt de visiteurs curieux sur son stand et la sélection des pièces doit être différente, s'orientant vers des objets faciles d'accès et pouvant plaire au plus grand nombre, comme l'explique un galeriste sur les échecs de certains de ses confrères dans ce type de foire :

«Parce que ce sont deux publics différents : aujourd'hui on est dans un événement comme Bruneaf, c'est vraiment un public cible, averti, connaisseur, complètement impliqué dans l'art tribal. Masterpiece c'est un salon international de très haut niveau, avec toutes ces spécialités confondues, mélangées, et donc c'est un public beaucoup plus nombreux, beaucoup de gens qui ne s'intéressent pas à l'art primitif, il faut avoir une sélection qui soit plus facile d'accès j'ai envie de dire, en lecture d'objets... Ils [les galeristes qui n'ont pas participé une seconde fois à la foire] avaient une sélection qui était certes, les plus beaux masques africains, les plus beaux fétiches, les archétypes, vous savez... Mais le public là-bas n'est pas adepte de ça.»¹⁷¹

Les différentes foires se positionnent ainsi, parfois subtilement, sur des créneaux différents et dans des objectifs différents afin de toucher un public le plus diversifié possible entre collectionneurs avertis, nouveaux collectionneurs d'autres champs artistiques et amateurs curieux. En effet, les événements ne sont pas uniquement focalisés sur l'objectif d'attirer davantage de public, et aussi d'autres publics. Le développement de l'événementiel permet de couvrir toutes les *event-ualités* : atteindre un public non habitué, qu'il soit curieux, amateur ou connaisseur.

Si cette focalisation sur les publics (ainsi que le choix et l'organisation des activités des marchands en dépendant profondément) peut sembler

¹⁷⁰ Comme nous l'avons vu plus haut dans l'état des lieux des enchères et du marché.

¹⁷¹ Entretien avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

normale dans le cas des ventes aux enchères ou des galeries, cela ne va pas forcément de soi pour l'institution muséale, dont les missions concernent aussi la recherche, la conservation et la restauration des objets, le développement de connaissances scientifiques, etc. Cependant, depuis quelques années, cette focalisation sur les publics s'est accrue et le musée semble suivre les mêmes logiques que le marché de l'art, développant une stratégie orientée en direction du public et de son expérience face aux objets ou dans l'institution. Depuis les années 1980, les musées sont en effet entrés dans une «*ère de la communication*» (Davallon, 1997 ; Jacobi, 2016), qui induit un développement de la politique des publics et des médiations. L'exposition s'est développée à un rythme croissant : les expositions permanentes sont plus courtes, ou régulièrement modifiées, et les expositions temporaires se multiplient à une cadence de plus en plus soutenue. Le développement de l'exposition temporaire est vu comme une innovation d'ordre économique qui permet d'augmenter le nombre d'entrées au musée :

«Les expositions temporaires apparaissent comme le moyen de régénérer et stimuler l'offre tout en conférant aux musées un atout décisif : ils entrent dans l'actualité culturelle en offrant, comme d'autres secteurs de la culture (musique, spectacle vivant, cinéma, littérature contemporaine), des nouveautés.» (Jacobi, 2016 : 30)

Le musée est alors considéré comme un événement en lui-même et suit des logiques médiatiques et de marketing dans un objectif d'augmentation de l'audience. L'augmentation des publics est ici un enjeu central, mais non le seul : la diversification des publics des musées d'ethnographie opère aussi auprès de publics potentiellement habitués des musées, mais dans d'autres champs artistiques comme l'explique Julien Volper, conservateur du Musée royal de l'Afrique centrale, en évoquant les avantages à avoir présenté une exposition du musée à la foire Brafa en 2014 :

«C'était un public assez important pour nous. Ce qui était important surtout c'est qu'on s'adressait aussi à un public qu'on a tendance un peu à oublier : un public d'amateurs d'art. [...] Or, des vraies expositions pour amateurs d'art, il n'y en a pas tant que ça. À Brafa, on touche un public qui est un public d'amateurs d'art, qui n'est pas un public à mésestimer.»

Ce changement de paradigme («*l'accélération muséale*», décrite entre autres par Jacobi, 2013) a des conséquences sur le fonctionnement même des musées : ils deviennent «*une machine culturelle où il doit se passer quelque*

chose» (Jacobi, 2016 : 32) et, loin de circonscrire cette événementialisation à l'exposition temporaire, les initiatives pour créer du « quelque chose » se multiplient au sein des institutions, dans une logique de capitalisme de l'expérience où tout nouvel événement permet d'attirer davantage de public, mais aussi de le rendre captif.

L'événementiel comme stratégie marketing

Toujours plus rapidement dense et renouvelée, ce que Jean Davallon avait qualifié d'« offre muséale » (1997 : 7) se retrouve dans le champ de l'art africain et océanien, comme en témoigne l'organisation active d'événements par tous les musées de l'échantillon ou, dans le cas des musées en rénovation, leur participation à des événements hors les murs. Le musée du quai Branly – Jacques Chirac possède un parcours permanent qui, si cela échappe peut-être au visiteur, est modifié régulièrement ; quatre espaces d'expositions temporaires qui permettent la création d'une dizaine d'expositions par année, sur des durées variables allant de quelques semaines à une année, ainsi que des expositions hors les murs ou itinérantes ; des événements très diversifiés, tels que les « *Before* » du quai Branly – Jacques Chirac, des conférences et des spectacles, l'Université populaire, sans compter la programmation du département de la recherche qui développe colloques et journées d'étude ; des espaces variés avec l'amphithéâtre Claude Lévi-Strauss, le salon de lecture Jacques Kerchache, etc. Même constat au musée de l'Homme ou à la Fondation musée Dapper à Paris. Même fermés pour rénovation ou travaux, les musées tiennent à rester actifs : le Musée royal de l'Afrique centrale a développé pendant sa fermeture une programmation « pop-up » : des expositions qui se tiennent dans d'autres musées, des objets des collections qui apparaissent ici et là dans le paysage culturel belge, des médiateurs envoyés hors les murs. Même constat au Musée d'ethnographie de Neuchâtel qui n'a pas fermé ses espaces d'exposition au même moment afin de maintenir le plus longtemps possible une programmation d'expositions et qui, même fermé, a maintenu un cycle de conférences et d'ateliers. D'abord conçues comme des compléments parallèles aux expositions, ces programmations culturelles développées par les musées sont aujourd'hui en bonne voie d'autonomisation.

« L'analyse de la politique de l'offre des grands musées et plus encore celle de leur communication prouve sans ambiguïté qu'ils basculent dans

l'événementiel et l'éphémère tout en se diversifiant et en entrant de plus en plus dans l'économie marchande. » (Jacobi, 2013)

Comme le rappelle un colloque du ministère de la Culture français¹⁷², l'événementiel renforce et renouvelle la notion d'expérience que le public cherche à vivre et qui peut sembler en opposition avec le caractère figé de l'exposition muséale: la programmation événementielle atténue cet immobilisme en instaurant une logique de « rendez-vous », voire de quasi rituel, qui permet ainsi de faire revenir le visiteur dans des endroits où la temporalité peut être assez longue (une exposition durant en moyenne une année). Cette communication adressée à des publics spécifiques afin de les attirer est souvent définie comme une politique de public au sein de l'institution muséale. Cependant, de plus en plus de voix, dans et hors du musée, la qualifie de stratégie marketing, en développement dans les musées depuis quelques années et accompagnée d'un certain nombre d'inquiétudes: considérations éthiques, économiques, réflexions sur les missions des musées, etc. Certaines analyses relativisent le sentiment d'avilissement du musée et de la culture à l'économie marchande – offrant selon ses détracteurs une impression de soumission de la culture à de seules logiques économiques – et mettent en avant l'acception large que le terme de marketing peut recouvrir: si ce terme est souvent assimilé à une démarche mercantile, dans laquelle le musée est réduit à une industrie sommée de faire des profits, Jean-Michel Tobelem signale cependant qu'il implique surtout de mettre en relation un consommateur et un produit sur un marché (Tobelem, 1990: 12) et qu'il peut à ce titre être considéré comme un outil de diffusion et de promotion de la culture. En effet, si le marketing est d'abord considéré comme une activité relevant des entreprises, il est très rapidement admis qu'il peut servir à tout (Kotler et Levy, 1969): pour Kotler, par exemple, le marketing est une relation entre un public et un organisme. Cette acception implique qu'aucune structure ne pourrait faire l'impasse sur le marketing et que ses options ne seraient pas d'en faire ou non, mais d'en faire bien ou mal.

¹⁷² L'atelier « L'événementiel, un outil pour créer du désir de musée » du colloque Vie des Musées, Temps des publics, ministère de la Culture, 21-23 juin 2017, Paris, dont la synthèse est disponible en ligne à l'adresse: <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Musees/Vie-des-musees-Temps-des-publics/DOCUMENTATION/Vie-des-musees-Temps-des-publics-juin-2017/Programme/Ateliers-actions/1.-Autres-temps-Autres-lieux/1.1-L-evenementiel-un-outil-pour-creer-du-desir-de-musee> [consulté le 20 novembre 2022].

Le marketing signifierait donc dans cette logique de prendre le point de vue du consommateur et de le placer au centre de ses préoccupations et non de poursuivre une recherche de profits à tout prix. Cette première application du marketing dans les musées est passée par l'amélioration de l'expérience de visite (audioguides, visites guidées, dispositifs mêmes, etc.), dans un premier temps, et par différents développements de produits dans un deuxième temps : l'événementiel est donc l'outil d'une stratégie marketing, elle-même considérée non comme une technique visant à faire du profit, mais comme une des techniques possibles pour cibler des publics précis, et qui passe de manière dominante par l'amélioration de l'expérience du visiteur. Cette stratégie marketing spécifique – créer des événements – relève d'un marketing de l'expérience qui s'inscrit dans l'*experience economy* en cherchant à capter non seulement le temps et l'argent du consommateur, mais aussi son attention. L'expérience dure en effet plus longtemps que le bien ou le service et donc génère potentiellement davantage de revenus.

Cette logique expérientielle multipliant les événements se retrouve dans les foires, les salons et les ventes aux enchères, qui fonctionnent avec un événement central en général de l'ordre d'une exposition, et des événements parallèles – spectacles, conférences, repas, etc. Ainsi, les objets vendus aux enchères sont par exemple exposés durant les jours qui précèdent la vente et cette exposition donne lieu à un vernissage ; la vente et l'exposition peuvent être le prétexte à l'organisation d'autres événements tels que l'attribution de prix, la tenue de conférences, etc. ; les sites internet des maisons sont en outre utilisés pour la publication d'articles spécifiques sur certains objets, la diffusion de vidéos ou de portraits de collectionneurs, etc. ; finalement, un catalogue est édité pour chaque vente, tout comme le font les galeristes pour les foires et les musées pour les expositions.

Ce développement des événements se cristallise aussi bien pour les musées que pour les marchés dans la multiplication des expositions, un phénomène particulièrement visible du côté des marchés. Ce sont les expositions thématiques qui se sont développées ces dernières années, s'accompagnant généralement de catalogues d'exposition. Toutes les foires éditent en effet – au moins en ligne – un catalogue ; de plus en plus nombreux sont les galeristes à éditer leur propre catalogue à l'occasion de la foire, l'exposition thématique étant le support idéal à cette publication : « *c'est un tout : le catalogue, l'exposition* »¹⁷³. Les expositions

¹⁷³ Entretien avec Judith Schoffel de Fabry et Christophe de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

thématiques se sont aussi multipliées au sein des foires mêmes: Thema a fait de sa plus-value principale les expositions thématiques présentées par les galeries; dès 1991, un catalogue accompagne le déroulement de Bruneaf, et, en 2007, une vente aux enchères et une exposition – *Mestach l’Africain*¹⁷⁴ – viennent enrichir l’événement; en 2014 la foire se déroule en collaboration non seulement avec d’autres foires bruxelloises consacrées à d’autres champs artistiques (la *Brussels Ancient Art Fair* (BAAF) et l’*Asian Art in Brussels* (AAB), mais aussi en plus étroite collaboration avec le Musée royal de l’Afrique centrale, prêteur des objets et co-concepteur de l’exposition de référence de la foire d’été *Art de la Nouvelle-Guinée*¹⁷⁵.

Les expositions des galeristes sont des arguments importants de la communication des marchands ou des foires elles-mêmes. Ces expositions sont majoritairement organisées en collaboration avec des musées: l’exposition *Art de la Nouvelle-Guinée* par le musée de Tervuren à Bruneaf, mais aussi l’exposition pop-up du même musée à la Brafa en 2014, les expositions annuelles du Parcours des Mondes à la Monnaie, celles de la *Biennale* au Grand Palais, etc.¹⁷⁶

Les expositions et catalogues participent d’un mouvement de «sur-événementialisation» lié au capitalisme de l’expérience, mais en dehors d’une stratégie d’accroissement et de diversification des publics, ils permettent aussi de pallier quelques lacunes des marchés, comme le déficit de légitimité scientifique face au musée. Ils s’accompagnent alors d’autres outils de légitimation scientifique, comme les comités d’experts. Les foires et leur comité communiquent de façon appuyée sur la présence, plus ou moins récente, d’experts authentifiant les objets et offrant au visiteur le maximum de garanties, comme on le retrouve par exemple avec Didier Claes qui souligne l’importance pour Bruneaf de la constitution d’un comité d’experts :

«Il y avait un comité d’experts pour les objets présentés au catalogue, mais les experts ne passaient pas dans les galeries. Dès janvier, pour le Winter Bruneaf, les experts vont circuler dans les galeries pour faire retirer les pièces fausses ou n’étant pas d’assez bonne qualité. Le comité d’experts passera la veille de l’ouverture officielle puis fera des visites

¹⁷⁴ Du mercredi 6 juin au vendredi 29 juin 2007, salle des Beaux-Arts du Grand Sablon, Bruxelles. Entrée 10 euros. Organisée en collaboration avec Pierre Bergé & associés, maison de ventes aux enchères qui propose durant l’édition la vente des objets de la collection Willy Mestach.

¹⁷⁵ La foire s’étendait du 4 au 8 juin et l’exposition *Art de la Nouvelle-Guinée* du 4 au 15 juin à l’Ancienne Nonciature, Place du Sablon, Bruxelles.

¹⁷⁶ Nous y reviendrons au chapitre 3, Typologie des relations entre musées et marchés, p. 198.

surprises. Si un exposant replace une pièce retirée, il sera exclu de l'association. Le nerf de la guerre, dans ce genre d'événement, c'est la lutte contre le faux. »¹⁷⁷

Ou du président de la Brafa, Harold t'Kint de Roodenbeke :

*«The fair incorporates a number of different sections and each checks every object relating to its area of specialization over a period of two days. In other words, the degree of expertise is very high. We bring specialists in from all over Europe and sometimes even from the US.»*¹⁷⁸

Cependant, il est difficile de savoir qui sont précisément ces experts, car ni Brafa ni Bruneaf n'affichent la liste des membres d'un comité d'experts défini. Dans le cas des autres foires, Paris Tribal, Thema ou Parcours des Mondes, la communication à ce sujet est même extrêmement réduite¹⁷⁹. Elle laisse suggérer que les objets sont authentifiés et que les collectionneurs peuvent avoir toutes les garanties, mais elle ne détaille aucunement ces garanties et laisse supposer que l'expertise est simplement effectuée par le comité organisateur. Seule exception à ce constat : la Biennale, qui affiche non seulement sa politique d'expertise, communique au sujet de son comité d'experts et affiche dans sa documentation et son site internet les noms des experts pour chaque spécialité. Ainsi, la catégorie «arts premiers» compte Patrick Caput, expert chez Sotheby's, et deux galeristes parisiens indépendants : Bernard Dulon et Christine Valluet.

Il apparaît donc que la lutte contre le faux et l'expertise est un élément majeur de communication des foires, qui leur permet d'asseoir leur réputation et d'attirer de nouveaux collectionneurs, mais que les détails de cette lutte restent peu explicités. Les foires comptent donc sur d'autres éléments pour s'assurer la confiance des visiteurs et garantir leur sérieux.

Ces garanties s'observent sur d'autres plans : tout d'abord, sur l'ancienneté de l'événement, pris comme un gage de la qualité de la foire, mais aussi, ce qui nous intéresse plus particulièrement, sur la présence d'acteurs du monde muséal et, de façon plus large, d'institutions (culturelles, politiques ou

¹⁷⁷ «Entretien avec Didier Claes», *Le Journal des Arts*, 2014, n° 405.

¹⁷⁸ «Le salon intègre plusieurs sections différentes et chacune vérifie chaque objet relatif à son domaine de spécialisation sur une période de deux jours. En d'autres termes, le degré d'expertise est très élevé. Nous amenons des spécialistes de toute l'Europe et parfois même des États-Unis.» Harold t'Kint de Roodenbeke, «Tradition and modernity: a restyled fair», introduction au catalogue de la Brafa 2014.

¹⁷⁹ Parcours des Mondes signale simplement «la vigilance des organisateurs en matière de qualité et d'expertise des pièces exposées» sur son site internet, voir www.parcours-des-mondes.com [consulté le 18 avril 2018].

économiques) à tous les niveaux de l'organisation. Du lieu – l'organisation de ces événements prend parfois place dans les musées, comme la Biennale de Paris au Grand Palais – aux comités ou invités d'honneurs, en passant par les conférences, les expositions, les vernissages, etc., les foires se pressent d'associer les institutions à leur organisation complète ou à des morceaux choisis, comme on peut le voir dans le récapitulatif des expositions et invités d'honneurs de Bruneaf¹⁸⁰ : le Musée royal de l'Afrique centrale en 2014, la Fondation Sindika Dokolo en 2015, l'anthropologue Raoul Lehuard en 2014, la conservatrice des collections ethnographiques du Musée royal de l'Afrique centrale Huguette Van Geluwe, en 2016. Les foires développent en outre les occasions de mettre ces liens en valeur. On assiste alors à une sur-événementialisation : multiplication des vernissages, des conférences, des ateliers. Brafa compte trois soirées privées avant son ouverture officielle, mais aussi des Brafa art talks ; le vernissage du Parcours des Mondes à l'Alcazar est réputé être un des moments les plus importants du champ et, depuis 2015, la foire s'est dotée de son propre espace proposant des expositions et des Cafés Tribal tous les matins ; la Biennale compte aussi un vernissage VIP, ouvert depuis 2017 au grand public contre un droit d'entrée de 600 euros, et organise toujours une série d'événements parallèles ; Bruneaf propose à chaque édition une exposition de référence ainsi que de nombreuses conférences liées ; toutes les foires mettent en avant un moment de « vernissage », même si celui-ci ne consiste qu'aux premières heures de l'ouverture des galeries ou des stands.

Ainsi, dans le cadre de Parcours des Mondes, *Regards de Marchands* en 2009 et *Ode au grand art africain : les statues meurent aussi* en 2010 succèdent à l'exposition sur la collection Durand-Dessert. Ces expositions reçoivent un accueil largement positif, de même que leur catalogue et surtout leur vernissage au restaurant l'Alcazar devenu un événement rassemblant marchands et collectionneurs du monde entier, accessible uniquement sur invitation personnelle.

L'événementiel comme émulation

La sur-événementialisation par l'accumulation d'événements au même moment, ou par la création d'événements regroupant plusieurs activités (vernissage, dédicaces de catalogue, performances artistiques, etc.) crée un

¹⁸⁰ Voir l'annexe 2.3, Bruneaf en détails, p. 401.

climat particulier occasionnant une forte émulation : très fréquentés, au sein d'un espace restreint et facilement accessible, ils permettent aux acteurs du champ de se retrouver en rendez-vous fixes. Ils créent aussi une ambiance qui favorise les échanges et les rencontres et sont très attendus et appréciés, comme le rappelle Marguerite de Sabran, directrice du département d'art africain et océanien de Sotheby's au sujet du Parcours des Mondes :

«Ils sont tous là : du directeur aux conservateurs. [...] À l'ouverture du musée du quai Branly, en juin 2006, c'était incroyable ! Il y a eu en une semaine la vente de la collection Vérité, l'ouverture du musée du quai Branly – enfin, c'est l'ouverture du musée du quai Branly qui avait décidé de la date de la vente Vérité. Nous aussi on avait une vente cette semaine-là et plusieurs grandes galeries européennes et américaines avaient fait des expositions thématiques dans le quartier des Beaux-Arts. Et ça été une semaine incroyable ! C'est cette espèce de rendez-vous qui se repasse de temps en temps, au moment de Parcours des Mondes par exemple. Il y a des moments qui nous regroupent.»¹⁸¹

Si certains événements sont ouverts au public, d'autres sont privés et accessibles uniquement sur invitations ; cependant, cela n'empêche en général nullement la plupart des acteurs non invités d'investir les marges de ces événements. Ainsi, les marchands à la sauvette campent dans les rues devant les galeries lors des foires, les collectionneurs non invités arpentent les entrées et les galeristes encore trop peu expérimentés ou inconnus pour être de la partie cherchent des invitations ou tentent même d'entrer frauduleusement. Ainsi, des espaces interstitiels, entre la rue et l'officialité, émergent et permettent aux réseaux d'exister et de se renouveler. Nombreux sont les acteurs à pointer l'importance du facteur humain associé à celui du hasard dans la réussite et le succès du marché : la rencontre, entre un galeriste et un collectionneur, entre un collectionneur et une œuvre, entre un marchand et une collection, est le cœur de l'activité.

Ce panorama des événements peut donner l'impression que chaque acteur possède son propre type d'événement : les expositions aux musées, les ventes aux enchères aux maisons de ventes, les foires aux galeristes. Si cette attribution fonctionne dans les grandes lignes, on remarque bien vite à s'y pencher de plus près que la cartographie du champ est plus complexe et que les frontières se brouillent extrêmement rapidement : certains galeristes

¹⁸¹ Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

organisent des expositions dans lesquelles aucun objet n'est à vendre¹⁸²; les musées participent de plus en plus aux salons et foires (Doyen, 2015); les maisons de ventes délivrent des prix et publient des ouvrages scientifiques; etc. Le marché est aujourd'hui constitué d'une multitude de segments et d'acteurs, fonctionnant ensemble, en concurrence ou en collaboration.

Deuxième élément d'une sociographie du marché: les acteurs et les lieux des marchés de l'art africain et océanien

Ces hiérarchies et segmentations s'observent sur plusieurs plans: on trouve, tout d'abord, des différences selon les lieux où se développent, et se sont développés, les marchés de l'art africain et océanien. Il existe en effet des places plus fortes que d'autres, des variations entre les objets et des rapports de pouvoir, de collaboration, d'opposition qui peuvent varier selon les lieux du marché. La segmentation du marché se situe aussi dans les types d'acteurs qui peuplent ces lieux: galeristes, commissaires-priseurs, vendeurs ambulants, sont souvent tous regroupés sous la bannière du « marchand », appellation qui efface les nuances de profils, de parcours et d'activités. Finalement, la dernière segmentation du marché s'observe dans les types de marchés et d'objets vendus: la malléabilité de la catégorie artistique permet ainsi le regroupement d'objets hétéroclites, suivant les modes, les modifications du marché et les besoins. Les caractéristiques des objets sont ainsi différentes, mais leur prix aussi. Toutes ces segmentations du marché montrent une chose: il n'existe pas de marché de l'art africain et océanien, mais bien *des* marchés, parfois considérablement différents, selon les lieux, les acteurs et les objets.

Pays, villes, régions: des marchés façonnés par les relations entre les lieux

Nous avons vu au chapitre 1 et dans l'introduction que le paramètre géographique a toute son importance dans la définition de la catégorie des objets qui nous intéressent. Si des nuances apparaissent par exemple

¹⁸² Comme l'exposition sur le Vaudou fon proposé par Serge Schoffel à la Brafa 2014.

dans les projets muséaux entre pays, il est légitime de se demander si ces différences apparaissent aussi du côté du marché et si leur développement a pu être conditionné par des paramètres géographiques.

Les rapports entre l'Europe et les États-Unis

En 1966, une vente marque les esprits : la vente Helena Rubinstein, pour des lots jugés de très haute qualité¹⁸³ et les bénéfices de la vente. Cependant, cette vente illustre aussi un mouvement qui prend de l'ampleur dans les années 1960 : le déplacement du marché de l'art africain et océanien de la France vers les USA.

En 1966, la galerie Parke-Bernet vend à New York la collection d'Helena Rubinstein, sur ordre des exécuteurs testamentaires. Parmi cette collection générale, une collection d'art dont la vente totalise cinq millions de dollars ; parmi cette collection d'art, 261 objets africains et océaniens. Un masque sénoufo est vendu 80 000 dollars et un objet retient l'attention : la sculpture de la Reine bangwa, particulièrement bien documentée. Pourtant, celle-ci ne sera vendue que 29 000 dollars¹⁸⁴. En 1990, elle refera cependant surface à une vente aux enchères et sera vendue pour trois millions cinq cent mille dollars à la Fondation musée Dapper où elle se situe toujours actuellement. Le catalogue de la vente *The Helena Rubinstein collection : african and oceanic art, part one and two*, nous permet d'observer que les pièces sont majoritairement des sculptures d'Afrique noire, du Gabon, du Congo et de Côte d'Ivoire. En outre, cette vente n'est pas orchestrée par une maison de ventes, mais par un commissaire-priseur, ce qui est notable pour les États-Unis, mais normal en France. En effet, toutes les ventes aux enchères en France connaissent une situation particulière : malgré ce développement du marché dans les années 1950, les deux plus grandes maisons de ventes aux enchères présentes sur le marché ne sont pas françaises et n'y officient toujours pas. La législation en vigueur le leur interdit jusqu'en 2001, date à laquelle est brisé le monopole des commissaires-priseurs et des officiers ministériels français. Pendant ce temps, Sotheby's et Christie's ne se sont implantées

¹⁸³ Ce jugement de qualité s'opère majoritairement sur le fait que les pièces proviennent de collections précédentes proches des avant-gardes artistiques françaises. Ainsi se construit petit à petit la notion de « *pedigree* » d'une pièce que nous verrons plus loin.

¹⁸⁴ Soit 232 000 dollars en 2018.

que dans des pays limitrophes ou alentours et «rapatrient» les ventes qui pourraient se dérouler sur territoire français, Paris n'hébergeant que des bureaux de représentation. La Suisse bénéficie ainsi de ce rapatriement : Christie's y est implantée depuis 1968, à Genève, et Sotheby's en 1969, à Zurich, et en 1976 à Genève. Sur cette lancée, l'Hôtel des ventes de Genève ouvre en 1978. Au moment de la libéralisation du marché en 2001, une refonte des spécialisations et des lieux de ventes est effectuée dans les deux maisons. Dès ce moment, Londres perd petit à petit sa place de centre de vente d'art africain et océanien en Europe. Ce processus se déroule en deux temps : tout d'abord, un premier mouvement voit les ventes importantes (en termes de chiffres de vente) se déplacer progressivement aux États-Unis. Ce mouvement vers les États-Unis s'amorce dès la fin de la Première Guerre mondiale et ne concerne pas exclusivement les marchands d'art africain et océanien. Paul Guillaume évoque en effet «*la désolation sur les marchands*» que l'après Première Guerre mondiale a provoquée en Europe et ne cache pas sa satisfaction à envoyer ses pièces à New York afin d'y ouvrir un nouveau marché. Il y rencontre en 1920 Alfred Barnes et rassemble pour ce dernier une collection qui est publiée dans l'ouvrage *Primitive Negro Sculpture* en 1926. La publication devient fameuse et reste aujourd'hui une référence des pièces jugées de grande qualité. L'Europe perd donc petit à petit sa place de leader du marché au profit des États-Unis. Londres, grand centre des ventes d'art africain et océanien avant la Première Guerre mondiale est la première affectée par ce changement.

Un deuxième mouvement voit les ventes revenir progressivement en Europe dès les années 80 et plus massivement lorsque la France rouvre son marché aux maisons de ventes en 2001¹⁸⁵. Londres a perdu sa place de centre de vente et c'est vers Paris, enfin ouvert aux officiers et maisons non français, que se tournent les maisons de ventes pour installer leur département d'art africain et océanien et y organiser leurs ventes les plus majestueuses. Aujourd'hui encore, les experts restent partagés sur l'importance respective de Paris et New York.

¹⁸⁵ Sous pression de l'Europe, car en 1996 Sotheby's et Christie's portent plainte auprès de la Commission européenne à Bruxelles pour monopole de fait. Quatre ans plus tard, la France se voit sommée de voter la fin du monopole.

Paris, la cheffe de file

L'importance de Paris pour les marchés de l'art africain et océanien est aujourd'hui confortée et est confirmée tant par les acteurs du champ et leur perception des lieux importants où se déroulent les transactions, que par les chiffres des statistiques sur le sujet. Philippe Peltier, conservateur des collections Océanie au musée du quai Branly – Jacques Chirac nous rappelle :

«*Paris était un centre important. Autrefois c'était Londres. Alors ça c'est un temps que vous n'avez pas connu et que moi j'ai à peine connu. [...] Pour des raisons que je n'ai jamais comprises, Londres a clos, dans les années quatre-vingt. Quand est-ce que Christie's qui faisait de grosses ventes à Londres ferme boutique ? Dans les années quatre-vingt à peu près... Le marché, je ne sais pas s'il y a encore des grands collectionneurs à Londres, je ne sais pas, mais le marché à ce moment-là se replie sur Bruxelles et Paris.*»¹⁸⁶

Les statistiques attestent en effet une prééminence de Paris, mais aussi de New York, sur le marché par rapport à Londres : le *Rapport sur le marché de l'art tribal, 2000-2015* (Artkhade, 2016 : 110) confirme que la France et les États-Unis comptabilisent à eux deux plus des trois quarts des ventes publiques de pièces d'art africain et océanien. Si l'on considère seulement le chiffre d'affaires, le résultat est encore plus éloquent : la France et les États-Unis représentent en effet 96 % du chiffre d'affaires des ventes mondiales d'art africain et océanien.

Ces deux pays tiennent donc le haut du pavé, et ce de manière relativement serrée : entre 2000 et 2014, les ventes effectuées en France ont dispersé au total 27 246 lots pour 370 millions d'euros alors que celles faites aux États-Unis totalisent 15 500 pièces pour un résultat un peu moindre de 242 millions d'euros. Les chiffres exposés dans le *Rapport sur le marché de l'art tribal, 2000-2015*¹⁸⁷ nous indiquent qu'en général Paris devance New York en volume et en chiffre d'affaires. Cependant, cette différence est minime et se joue parfois sur quelques objets. Ainsi, l'année 2014 fut un cru spécifique : les 164 lots de la collection Miron Kunin sont vendus à Sotheby's New York le 11 novembre pour le

¹⁸⁶ Entretien avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

¹⁸⁷ Pour les chiffres complets, voir la version de la thèse publiée en ligne et disponible sur <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02172258>.

résultat record de 41 617 500 dollars. La statue senoufo vendue à cette occasion détient toujours le record de prix de vente du marché avec son adjudication à 12 037 000 dollars. La vente de cette collection particulière – et les chiffres impressionnants qu’elle a générés et qui ont fait remonter New York dans les statistiques – a parfois été perçue comme annonciatrice du déclin de Paris sur la scène des arts africains et océaniques au profit de New York. Cependant, les chiffres de 2015 et 2016 n’illustrent pas un virage clair en direction des États-Unis¹⁸⁸.

New York reste la ville la plus importante pour le marché de l’art général et Paris n’est de loin plus la capitale des arts avec seulement 2,8 % du produit des ventes mondiales en 2014¹⁸⁹. Cette tendance est la même dans le domaine des enchères : la France occupe la quatrième place mondiale avec 6 % du marché des enchères, contre 32 % pour les États-Unis en 2016 (CONSEIL DES VENTES VOLONTAIRES, 2017). Cependant, cette tendance n’est pas du tout la même dans le champ des arts africains et océaniques : entre 2000 et 2014, Paris a représenté 49 % des pièces vendues sur le marché de l’art africain et océanien et 58 % du chiffre d’affaires du marché (Artkhade, Ama et Analytics, 2016). La tendance du segment est à la hausse depuis 2015, comme le relève le rapport d’activités 2016 du Conseil des ventes volontaires (2017).

Il est cependant important de noter que ces statistiques ne peuvent être effectuées que sur les ventes aux enchères et non sur les ventes réalisées en galeries ou entre marchands. Ainsi, Bruxelles n’apparaît pas du tout dans ces chiffres, alors que, comme nous l’avons vu plus haut, cette ville est régulièrement citée comme une ville importante du marché de l’art africain et océanien par les acteurs du champ. Finalement, les nombres de lots mis à la vente ne prennent pas en compte les ravalements d’objets, c’est-à-dire les objets non vendus, retirés des ventes ou non récupérés par leur acheteur, qui peuvent être relativement nombreux selon les années, ce qui fausse le prix de vente moyen d’un objet.

¹⁸⁸ Le rapport d’Artkhade sur le sujet n’allant que jusqu’en 2014, les chiffres concernant les années 2015 et 2016 proviennent de mes observations et de mes analyses des sources dont le détail est disponible en ligne : en 2015, Sotheby’s totalise à Paris un résultat de 17 034 275 euros contre 12 144 375 dollars à New York la même année. Pour Christie’s en 2015, aucune vente n’est effectuée à New York mais deux ventes parisiennes totalisent 18 890 825 euros.

¹⁸⁹ Selon le *Rapport sur le marché de l’art mondial 2016* d’Artprice (disponible en ligne : <https://fr.artprice.com/artprice-reports/le-marche-de-lart-en-2016/edito-de-thierry-ehrmann-fondateur-et-president-dartprice/>), New York prend 26 % des parts du marché de l’art mondial, suivi par Pékin (18 %) et Londres (16 %).

Paris se distingue donc dans les chiffres, mais aussi dans les discours et pratiques des acteurs. Aujourd'hui, les conservateurs de musée français, belges et suisses confessent se rendre davantage à Paris, voire à Bruxelles, qu'à Londres ou New York. Il est aussi intéressant de noter que les marchands d'art africain et océanien bruxellois et parisiens ne participent que peu à des foires londoniennes (quelques-uns sont présents à *Frieze Master*, à *MasterPiece* ou au PAD), et encore moins aux foires new-yorkaises. Des raisons logistiques, tout d'abord, pèsent dans ce choix – Bruxelles et Paris ne sont séparées que par une heure de TGV et partagent la même langue, deux éléments simplifiant largement l'organisation d'une éventuelle participation –, mais aussi un rapport entre investissement et retours parfois jugé très mauvais : la clientèle anglaise ou américaine se déplace souvent en Europe et il apparaît comme peu pertinent d'investir son temps et son argent dans la participation aux foires américaines et anglaises qui, si elles sont en général bien cotées, ne dépassent généralement pas la Biennale, la Brafa ou Tefaf. En outre, certaines foires anglaises se délocalisent à Paris ou dans d'autres capitales européennes, tel le PAD qui s'organise à Paris tous les ans.

Si les raisons logistiques expliquent en partie la facilité des conservateurs français, belges et suisses à se rendre davantage à Paris ou Bruxelles, l'argument de proximité n'est plus aussi fort qu'avant vu le récent développement des ventes aux enchères sur Internet, par exemple. L'argument est donc aussi celui de l'importance de ces villes sur le marché par rapport à leurs homologues anglo-américaines :

*«Parce que c'est un marché qui est principalement français, accessoirement belge et suisse.»*¹⁹⁰

*«Parce que bon an, mal an, deux ou trois ans avant l'ouverture du quai Branly, Paris est devenue la première place du marché.»*¹⁹¹

Du côté des galeries, les événements majeurs cités dans les entretiens menés durant cette recherche se situent à Paris et à Bruxelles. Londres et New York n'apparaissent pas dans les discours comme des «villes où il faut être» : dans les entretiens menés sur mon terrain, Paris remporte la première place, avec un taux de citation de près de 50 %, contre 35 % pour Bruxelles, 5 % pour Londres et 5 % pour New York.

¹⁹⁰ Entretien avec Aurélien Cuénot, fondateur de la base de données Artkhade, à Paris le 31 octobre 2016.

¹⁹¹ Entretien avec Manuel Valentin à Paris, le 10 septembre 2014.

Des spécificités françaises en matière de goût ?

Bien évidemment, l'histoire de l'arrivée des objets en Europe – développement de l'ethnologie et fondation des musées d'ethnographie, politique coloniale, formation du marché par certains galeristes français, concentration des collectionneurs en Europe, etc.¹⁹² – a eu une importance non négligeable dans la consécration de Paris en tant que « capitale des arts premiers », un titre largement employé en juin 2006 lorsque se déroulent conjointement deux événements majeurs du champ : l'ouverture du musée du quai Branly – Jacques Chirac et la vente de la collection Pierre et Suzanne Vérité.

Cette histoire du rapport entre Paris et les arts africains et océaniques a façonné un goût français orienté en direction de pièces spécifiques ; c'est que les goûts en matière d'art dépendent bien souvent de la région du monde dans laquelle l'amateur se situe.

Estelle Fossey (2011) identifiait déjà dans sa recherche un certain nombre de régions en Afrique – majoritairement l'Afrique de l'Ouest – ainsi que de types d'objets – majoritairement des sculptures – qui emportent l'adhésion des collectionneurs français et/ou belges et qui suscitent davantage l'intérêt des musées et des publics¹⁹³. Les États-Unis de leur côté cultivent un intérêt marqué pour les objets amérindiens par exemple, que l'on ne retrouve que peu en France et en Belgique : les maisons de ventes ne possèdent pas de départements consacrés aux arts d'Amérique du Nord, et lorsque leurs titres de départements anglais *Tribal art* sont traduits en français, ils deviennent des départements « d'art africain et océanique ». Les galeries d'art amérindien ou d'Amérique du Sud sont très largement minoritaires en France et en Belgique (Delpuech, 2016).

L'histoire du rapport à ces objets est ici une des raisons majeures du développement de goûts spécifiques selon les pays : l'histoire coloniale et l'histoire de l'arrivée de ces objets et de leur reconnaissance ont conforté un intérêt focalisé en France et en Belgique pour les pièces d'Afrique de l'Ouest :

« C'est aussi une question, si je puis dire, de "culture". Pour les Nord-Américains, c'est l'histoire du pays où ils sont : ils s'intéressent aux

¹⁹² Voir chapitre 1, point L'accroissement des collections publiques, p. 64.

¹⁹³ Nous ne revenons pas sur cette histoire du goût et renvoyons pour cela à la thèse de FOSSEY Estelle, *Paris 21^e siècle...*, ainsi qu'à JUNOD Philippe, « La perception esthétique comme variable historique », in MOULIN Raymonde (éd.), *Sociologie de l'art : colloque international à Marseille, 13-14 juin 1985*, Paris, La Documentation française, 2005, pp. 279-288.

Sioux, Comanches, Apaches. Nous, en Europe, on a moins de liens avec l'univers amérindien. L'histoire de l'Europe et de la France en particulier est plus tournée vers l'art africain et c'est lié aussi à un certain regard. Faites juste un constat : avant, à côté du musée de l'Homme, il y avait le musée des arts d'Afrique et d'Océanie, point. »¹⁹⁴

Cette histoire du goût a donc conditionné le développement des collections privées, mais aussi celui des collections publiques. En effet, du côté muséal aussi s'observe une différence entre les États-Unis et l'Europe : nous avons vu dans le chapitre 1 comment les musées d'ethnographie en France et en Belgique ont développé des collections – mais aussi l'ethnologie en tant que discipline – en direction de l'Afrique plus spécifiquement. On se trouve ici au cœur d'un rapport fort entre territoire et goût, les sentiments d'appartenance et l'historique ayant conditionné le développement de préférences et de savoir-faire sur des catégories d'objets spécifiques.

En conclusion, Paris et New York sont bien les deux places principales de l'actuel marché de l'art africain et océanien. Si pour New York cette position peut s'expliquer par la domination de la ville sur le marché de l'art global, pour Paris, les raisons d'un tel succès sont davantage liées à un rapport spécifique et historique de cette capitale à l'art africain et océanien. Aujourd'hui, Paris devance New York sur le marché de l'art africain et océanien : que ce soit dans le chiffre d'affaires, le nombre de pièces vendues, le prix moyen d'un objet ou les représentations que les acteurs se font de « l'endroit où il faut être ». Par conséquent, le marché de l'art africain et océanien est fortement influencé par le goût français, d'où une prééminence de certaines catégories ou provenances des pièces et la présence bancale de l'art amérindien ou sud-américain, tantôt vendu avec l'art africain, tantôt vendu avec l'archéologie.

Paris – Bruxelles : entre concurrence et émulation

Dans ce paysage, Bruxelles n'émerge que difficilement. La capitale belge est invisible dans les chiffres de ventes aux enchères, alors qu'elle est régulièrement citée sur le terrain comme une des villes importantes du champ, que ce soit du côté marchand pour ses foires cotées et ses collectionneurs réputés, que du côté muséal, pour ses institutions importantes.

¹⁹⁴ Entretien avec André Delpuech à Paris, le 29 octobre 2015.

Pour Raymond Corbey, Bruxelles est même le troisième centre du marché de l'art africain et océanien :

*«Belgium was the main channel through which the fabulously prolific and beautiful ritual art from the Belgian Congo and other parts of Africa reached museums, collectors and auctions in north-atlantic societies, and is presently third in rank among the global centres of tribal art trade, after Paris and New York.»*¹⁹⁵ (Corbey, 1999 : 11)

Quelle est la place de cette ville sur ce marché et comment se positionne-t-elle par rapport à Paris, centre incontesté ?

Les enchères à Paris, les marchands à Bruxelles ?

La Belgique, avec ses ports, est un point d'entrée historiquement important des objets issus des colonies. En outre, le Musée royal de l'Afrique centrale, dont nous avons vu les principaux jalons dans le chapitre précédent, est un musée extrêmement important de la région, par la taille de ses collections, mais aussi par son centre de recherche et sa surface d'exposition. La Belgique possède en outre un historique important d'expositions d'art africain : dans les années 1930, le premier Salon national d'Art Nègre (1930) se déroule à la Galerie Kodak de Bruxelles, puis suivent l'Exposition d'Art Nègre (1930) au Palais des Beaux-Arts de Bruxelles et le *Kongo-Kunst* à la Stadsfestsaal d'Anvers (1937-1938); de même dans les années 1950, l'Exposition universelle de 1958 expose un nombre important de pièces africaines et, outre le musée de Tervuren, le Palais des Beaux-Arts produit aussi des expositions d'art africain principalement.

Bruxelles compte en outre un nombre important de collectionneurs, comme en témoigne la fondation de l'Association des amis de l'art congolais fondée à Bruxelles dès 1922 (Corbey, 1999 : 12). De grands collectionneurs et de grands marchands ont résidé et résident en Belgique : Henri Pareyn, Jef Vander Straeten, Marc Leo Felix, Pierre Dartevelle, etc. Le collectionneur belge est réputé dans les milieux de l'art, la foire Braf

¹⁹⁵ *«Après Paris et New York, la Belgique était le principal canal par lequel les objets d'art rituel, incroyablement beaux et nombreux, du Congo belge et d'autres parties de l'Afrique, atteignaient les musées, les collectionneurs et les ventes aux enchères dans les sociétés nord-atlantiques.»*

de Bruxelles lui ayant consacré une exposition¹⁹⁶, et les acteurs s'accordant en général à reconnaître son importance :

*«L'autre concurrence c'est Bruxelles. C'est aussi parce qu'il y a beaucoup de collectionneurs en Belgique, il y a une tradition de collection très active en Belgique, il y a d'extraordinaires collectionneurs en Belgique.»*¹⁹⁷

Pourtant, aucune vente aux enchères majeure n'a eu lieu à Bruxelles ces dernières années et aucun prix de vente n'a été enregistré comme un record. Les enchères y sont de moins bonne qualité, les grandes maisons de vente regroupant leurs spécialités en pôles, et Bruxelles étant trop proche de Paris pour prétendre être un deuxième centre de ventes d'objets africains et océaniques ne peut affronter cette concurrence. Cependant, loin de déconsidérer cette ville, il est intéressant d'observer comment elle s'est repositionnée par rapport à sa voisine un peu encombrante. Le nombre de marchands d'art africain et océanique est élevé : plus de vingt galeries recensées à Bruxelles – le même nombre qu'à Paris, mais, surtout, un nombre de foires spécialisées plus grand qu'à Paris¹⁹⁸ ainsi qu'une plus grande représentation des marchands d'art africain et océanique dans les foires générales : neuf stands – dont cinq belges pour trois parisiens – à la Brafa de Bruxelles contre deux à la Biennale de Paris. Si Bruxelles ne possède pas les enchères, elle reste cependant extrêmement compétitive sur le marché grâce à l'activité importante de ses marchands et galeristes et grâce à son bassin important de collectionneurs.

Proximité entre villes, proximité dans les villes

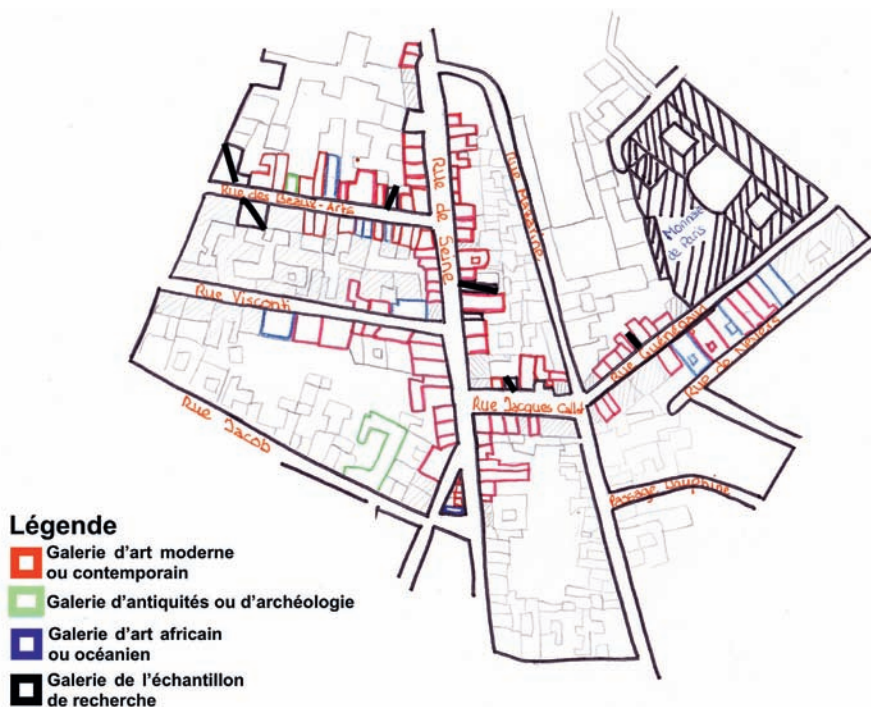
S'il existe, entre Paris et Bruxelles, une proximité qui accroît les relations de concurrence, il est intéressant de noter que ces villes partagent quelques points communs dans la répartition géographique du marché.

¹⁹⁶ Voir l'exposition *Le collectionneur belge*, ainsi que la revue de presse consacrée qui a profité de cette exposition pour documenter cette thématique : « Au bonheur des collectionneurs de Belgique », *Juliette et Victor*, 2015, n° 40 ; « Montrer la diversité du goût du collectionneur belge », *Le Quotidien de l'art*, 2015. Voir aussi « À la recherche du collectionneur belge », *Art Media Agency*, 19 janvier 2017, qui retrace la situation des collectionneurs belges aujourd'hui et les facteurs qui guident leurs choix d'objets à collectionner.

¹⁹⁷ Entretien avec Aurélien Gaborit mené à Paris, le 19 septembre 2015.

¹⁹⁸ Bruxelles compte deux éditions de Bruneaf et de Thema alors que Paris ne compte que le Parcours des Mondes et depuis trois ans Paris Tribal. Voir l'annexe 2.3, p. 401.

Carte 2. Carte des galeries de Saint-Germain-des-Prés, Paris.



très, très limité: il n'y a que Paris et Bruxelles qui réunissent un nombre important de galeries dans un seul quartier.»¹⁹⁹

Cette concentration des marchands en un lieu précis a en effet certainement favorisé l'émulation, la collaboration, a permis le développement d'événements de quartier et a donc facilité les déplacements des collectionneurs en un lieu précis. Là où on l'on peut penser que la proximité entre des entreprises ayant les mêmes clients, les mêmes produits et les mêmes objectifs pourrait être dommageable, les galeries prouvent que la proximité géographique favorise au contraire leur survie, comme l'ont déjà démontré quelques recherches sur le sujet (Grefte et Simonnet, 2008 ; Moureau, Sagot-Duvaurox et Vrièse, 2014) ainsi que les rapports

¹⁹⁹ Entretien avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

de l'INSEE²⁰⁰. En outre, la création des galeries d'art africain et océanien dans les quartiers déjà dévolus à l'art ou aux antiquités n'est pas anodine : elle témoigne du lien historique entre ces différents marchés et des possibilités à venir du déploiement d'autres rapports, comme le résume Jean-Hubert Martin au sujet des récents développements entre art contemporain et art africain : « *Il y a une parenté très grande entre le marché de l'art premier et contemporain, car les galeries sont dans le même coin, évidemment.* »²⁰¹

En conclusion, Paris et Bruxelles apparaissent comme des villes proches qui partagent un certain nombre de points communs : centralisation du marché et concentration dans des lieux précis, historiquement dévolus aux galeries d'art, liens avec les galeries des autres champs artistiques, etc. Cependant, elles comptent aussi quelques spécificités : Paris centralise le marché des enchères, alors que Bruxelles est reconnue pour son bassin important de collectionneurs et le nombre et l'activité de ses marchands. Concurrence, collaborations, émulation, réseaux, transferts de savoirs, de savoir-faire, d'objets et de personnes sont donc favorisés par la place particulière de ces deux lieux importants du marché. Nous voyons à travers ce rapide panorama des lieux que le marché de l'art africain et océanien est une structure complexe composée de différentes parties : marchands, collectionneurs, maisons de ventes, foires et salons.

En route vers d'autres horizons

Les lieux sont des paramètres importants du développement du marché et nous pouvons nous demander quels peuvent être les horizons géographiques du développement du marché de l'art africain et océanien. New York, loin d'avoir été distancée par Paris, reste une place importante de ce marché notamment grâce, comme nous l'avons vu, aux stratégies des maisons de ventes aux enchères. Cependant, d'autres lieux sont parfois évoqués par les acteurs du champ : après des essais infructueux du côté de la Chine, avec la délocalisation de la foire Bruneaf à Hong Kong, la majorité des acteurs

²⁰⁰ FRAICHARD Julien, « Les pôles commerciaux et leurs magasins », *Le commerce en France*, 01.12.2006 : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1372273?sommaire=1372279&q=antiquaires>.

²⁰¹ Entretien avec Jean-Hubert Martin à Paris, le 18 mars 2016.

s'accordent à penser que le futur du marché de l'art africain et océanien se trouve dans les pays d'origine des objets :

«Je n'ai jamais voulu faire d'événement dans les pays de l'Est, je n'ai jamais voulu en faire en Russie et n'ai jamais cru en l'Asie, même s'il y a des choses qui se font. Dans les pays émergents, moi j'ai cru et je crois toujours à deux endroits : l'Amérique latine, le Brésil par exemple, et surtout l'Afrique. Je dis toujours que l'art africain a pris un essor incroyable, mais que l'envol sera encore beaucoup plus important et beaucoup plus fort quand l'Afrique aura pris conscience de son patrimoine et qu'elle voudra récupérer celui-ci.»²⁰²

«Le grand challenge, l'énorme challenge, et ça c'est la chose la plus importante pour moi, c'est l'Afrique. Ça fait depuis dix ans que je dis que le prochain grand marché, si on passe du côté du marché de l'art, ça va être les collectionneurs africains.»²⁰³

L'Afrique est en effet largement citée comme le prochain marché de l'art africain et cette volonté de déploiement se fonde sur deux motifs : l'essor du nombre de collectionneurs africains et le développement du marché de l'art général en Afrique, notamment de l'art contemporain, laisse penser que l'intérêt en développement pour l'art en général s'accompagnera d'un intérêt pour l'art africain et océanien. Deuxièmement, la charge historique et culturelle des objets et de leur histoire est souvent avancée comme un argument majeur : les Africains peuvent avoir envie de récupérer ces objets – on parle ici d'achats et non de restitutions – afin de *«faire savoir d'où elles [leurs cultures] viennent et qui elles sont»²⁰⁴*. L'enjeu est éminemment politique et s'accompagne de considérations géopolitiques importantes dont nous avons esquissé les principaux traits précédemment²⁰⁵. Il est intéressant de noter que le développement de ce marché, en direction de l'Afrique notamment, doit s'accompagner pour la plupart des marchands d'un développement des musées dans ces mêmes régions :

«Il faudra un jour que les musées se réorganisent en Afrique et qu'il y ait des vrais musées, pas seulement avec de l'art du Congo mais de toute l'Afrique Noire. Encore aujourd'hui, il n'y a en Afrique aucun musée valable. Pas un. C'est surréaliste.»²⁰⁶

²⁰² Entretien avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

²⁰³ Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 5 janvier 2016.

²⁰⁴ Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 5 janvier 2016.

²⁰⁵ Voir chapitre 1, La rupture entre musées et marchés, p. 92.

²⁰⁶ Entretien avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

L'arrivée d'Internet

L'extension du marché vers d'autres lieux n'est qu'un aspect du développement possible du marché de l'art africain et océanien. Le développement d'autres outils peut permettre d'augmenter les ventes, que ce soit en Europe ou ailleurs : Internet a été l'une des options les plus discutées sur le marché et il est intéressant de se demander quelle(s) conséquence(s) le développement des ventes en ligne a pu avoir sur la structure du marché de l'art africain et océanien et s'il s'agit d'une tendance majeure du marché.

Les changements perçus sur le marché ont engendré différentes stratégies, nous l'avons vu. L'une des évolutions majeures concerne le changement de clientèle et le changement du comportement d'achat de ces nouveaux collectionneurs : bien souvent, le temps leur manque et, s'ils préfèrent acheter en ventes aux enchères plutôt qu'en galerie, c'est que cela peut s'avérer aussi plus rapide. *« Il faut espérer qu'on va leur donner plus de temps ; c'est Internet qui pourrait leur donner ça, car ils n'ont plus le temps d'aller en galerie, c'est évident. »*²⁰⁷

Deux types de ventes sur Internet ont donc vu le jour : la vente d'objets uniquement sur Internet, via des sites consacrés et la vente aux enchères retransmise en direct. Les sites consacrés ne proposant des objets qu'en ligne sont majoritairement des sites de maisons de ventes aux enchères, telle Auctionata. Seul un galeriste propose des objets en ligne, Jo de Buck, en Belgique. L'activité est donc marginale et pour cause : Sotheby's s'était essayé à la vente en ligne d'art africain et océanien en s'associant à eBay en 2014, cependant l'expérience n'avait pas été retenue²⁰⁸ :

« Parce que ce n'est pas si simple que ça en fait ! C'est un peu l'image de la poule et de l'œuf et pour vendre des objets il faut déjà qu'il y ait des acheteurs, mais pour qu'il y ait des acheteurs, il faut qu'il y ait des objets, donc si vous lancez quelque chose, ça peut mettre très, très longtemps avant qu'un objet soit vendu. Avant que les gens connaissent,

²⁰⁷ Entretien avec Aurélien Cuénot à Paris, le 31 octobre 2016.

²⁰⁸ Il ne s'agissait là pas de la première tentative de Sotheby's de s'unir à un géant d'Internet : en 1999, la société s'était rapprochée d'Amazon, sans que cela ne donne de résultats concrets. En 2002 est signé le premier contrat entre Sotheby's et eBay, qui ne tient pas un an. Cependant, la période connaît un grand nombre de fermetures de sites de vente en ligne (COCHARD Catherine, *Le Matin Dimanche* du 29 mars 2015 et le rapport Hiscox). Les choses sont bien différentes dix ans plus tard, puisqu'en 2012 Christie's établit le record d'une œuvre vendue sur Internet à 9,6 millions de dollars.

s'inscrivent... et s'il n'y a pas d'objets, ils ne vont pas venir, et les gens ne vont pas mettre d'objets... C'est très, très compliqué.»²⁰⁹

Ainsi, si la vente en ligne dans l'art en général a pris un essor très important ces dernières années²¹⁰ et que les récents développements technologiques comme celui du métavers laissent présager l'ouverture de nouvelles places de marchés²¹¹, dans l'art africain et océanien, elle reste relativement marginale, non au sens où le nombre d'objets est peu élevé²¹², mais au sens où le segment de marché concerné n'atteint pas le segment moyen. Les objets échangés sur eBay, par exemple, atteignent rarement des prix supérieurs à 10 000 euros. La complexité d'une création de plateforme efficace, comme l'évoque Aurélien Cuénot, n'est qu'une partie de cet échec et d'autres éléments entrent en ligne de compte en ce qui concerne l'art africain et océanien : le facteur humain que l'acheteur peut retrouver en galerie, et modestement en ventes aux enchères, est inexistant en ligne ; l'achat sur simples photographies d'objets est risqué dans un champ où le toucher et la vue ont une importance égale, comme le rappelle Didier Claes :

«Je n'y crois pas du tout ! J'ai un site internet qui fonctionne mais je n'ai jamais d'objets à vendre. Parce que je n'imagine pas quelqu'un acquérir une pièce sur photos, sans contact.»²¹³

Finalement, la vente en ligne ne permet pas la mise en place d'un élément crucial qui s'est considérablement développé dans le champ ces dernières années : la création d'un événement dédié au moment de la vente.

²⁰⁹ Entretien avec Aurélien Cuénot à Paris, le 31 octobre 2016.

²¹⁰ Selon le rapport annuel de l'assureur spécialisé Hiscox, les ventes d'art en ligne toutes catégories confondues ont atteint 3,75 milliards de dollars en 2017, soit une hausse de 15 % par rapport à 2016 (*Rapport Hiscox 2017 sur le marché de l'art en ligne : un marché encore en sommeil ?* disponible en ligne <https://www.hiscox.fr/wp-content/uploads/2017/05/online-art-trade-report-2017.pdf>). Voir aussi « Les enchères en ligne ont la cote », *Le Monde*, 25 mai 2016 ; « Les chiffres vertigineux du marché de l'art en 2017 », *Huffington Post*, 31 décembre 2017.

²¹¹ Sotheby's a ainsi annoncé la création d'un département dédié au métavers, « Sotheby's metaverse », et la maison de ventes aux enchères Aguttes a tenu début 2022 la première vente hybride, entre une salle des ventes et un espace dédoublé dans le métavers.

²¹² 20 000 objets se trouvent en moyenne proposés à la vente sur eBay contre plusieurs centaines de milliers pour les autres segments artistiques, comme l'art moderne.

²¹³ Entretien avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

Galeristes et maisons de ventes : des acteurs structurants des marchés

«Le marché de l'art africain pour moi c'est vraiment celui du Parcours des Mondes: des galeristes et des maisons de ventes, c'est sûr. Ce sont vraiment les deux principaux acteurs. Après, c'est sans doute par eux que passent la plupart des pièces que nous acquérons, bien qu'on ait aussi des dons bien sûr. Ce sont vraiment les galeristes les principaux acteurs et nos interlocuteurs.»²¹⁴

Nous avons vu²¹⁵ que différents acteurs peuplaient le champ et qu'il aurait été abusif de réduire les marchés et les musées à deux entités essentialisées, uniformes et homogènes. Du côté des marchés, on trouve ainsi des structures différentes (stands de puces, galeries, maisons de vente, etc.) de tailles et d'organisation variables, peuplées d'acteurs divers (galeristes, commissaires-priseurs, experts, etc.). Cependant, comme le rappelle Aurélien Gaborit dans la citation en exergue, deux structures traitent principalement avec les musées: les galeries et les maisons de vente et fonctionnent comme des institutions à part entière²¹⁶.

Quelle est la différence entre un galeriste, un brocanteur, un antiquaire, un commissaire-priseur, un hôtel de vente ou une maison de ventes ? Pour comprendre les relations entre les acteurs, il convient dans un premier temps de comprendre comment ces acteurs se distinguent les uns des autres, sur le plan légal et juridique d'une part, mais aussi socialement et professionnellement, d'autre part.

²¹⁴ Entretien avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

²¹⁵ Voir l'introduction, point Modalités d'enquête, p. 36.

²¹⁶ Sur un marché de l'art africain et océanien général, il serait pertinent de considérer davantage les marchands en chambre et les marchands à la sauvette ou présents sur les vide-greniers. Cependant, comme je l'ai exposé dans la partie méthodologique de ce travail, ce segment du marché – s'il a été observé lors de mon terrain – n'entretient que peu de relations avec les musées et n'entre donc pas en considération pour l'analyse des relations avec ces derniers.

Commissaires-priseurs et maisons de ventes : une structure bien ancrée

Lors des ventes aux enchères, c'est le commissaire-priseur qui orchestre la vente. Cependant, si celui-ci monopolise l'attention de la vente et la dirige, il est secondé par une multitude d'autres métiers qui ont connu un fort développement depuis l'essor des départements d'art africain et océanien des maisons de ventes aux enchères : responsables des départements, assistants, experts, documentalistes, etc. Plusieurs termes apparaissent dans la cartographie de ce champ : l'étude de commissaire-priseur, la maison de ventes aux enchères et l'hôtel des ventes.

L'étude, la maison de ventes aux enchères et la société de ventes aux enchères désignent la structure organisant les ventes aux enchères. En France, ces dernières portent le nom, depuis la réforme de 2000 et celle de 2001, d'opérateur de vente volontaire (OVV). L'opérateur de vente volontaire désigne tout autant une personne physique – cela peut-être un commissaire-priseur habilité ou judiciaire – qu'une société. En Belgique et en Suisse, la réglementation est beaucoup plus souple et l'organisation de ventes aux enchères ne requiert comme condition que la présence d'un officier ministériel, huissier ou notaire pour l'enregistrement de la vente. Si l'opérateur de vente volontaire, huissier ou officier ne possède pas son propre lieu de vente, il peut faire appel aux espaces proposés par les hôtels de ventes.

Les hôtels des ventes désignent un espace abritant les ventes et qui proposent des salles de ventes et d'expositions pour pallier le manque de place récurrent lors des enchères, qui se font classiquement et historiquement au domicile du vendeur. Les hôtels de ventes de Bruxelles et Genève ne proposent aujourd'hui que rarement – pour ne pas dire jamais – des ventes d'art africain et océanien. À Paris, un hôtel des ventes est mondialement connu et accueille régulièrement en son sein des ventes d'art africain et océanien : l'Hôtel Drouot acquis lors de la fondation de la Chambre des commissaires-priseurs de Paris. Le bâtiment actuel, situé rue Drouot et inauguré en 1980 par Jacques Chirac, abrite vingt salles de ventes. En 2009, une plateforme est lancée pour permettre la retransmission en direct des ventes faites à l'Hôtel suivi en 2011 par un service de ventes exclusivement en ligne. *La Gazette de l'Hôtel Drouot* paraît toutes les semaines et résume le programme des salles ainsi que les résultats, s'arrêtant sur certains dossiers thématiques. Plusieurs acteurs se côtoient dans ce lieu : les commissaires-priseurs et crieurs appartiennent à des maisons ou sociétés de ventes et organisent la

vente²¹⁷, la dirigent, récupèrent les propositions et offres, les ordres d'achat et les éventuelles avances sur paiement; les manutentionnaires sont quant à eux employés par l'Union des commissionnaires de l'Hôtel des ventes et sont chargés des déplacements des objets et de leur régie, de la mise sur table et de la mise en salle des objets, de la gestion des réserves et de la délivrance de l'objet à l'acheteur. Lors d'une vente à l'Hôtel Drouot, les objets sont exposés le jour précédant la vente ainsi que le matin même. Dans le cas de l'art africain et océanien, les ventes sont le plus souvent cataloguées. À l'Hôtel Drouot, des opérateurs de vente volontaire proposent régulièrement de l'art africain et océanien – Binoche et Giquello, Cornette de Saint-Cyr, Pierre Bergé et Associés, etc. – et certains de manière beaucoup plus ponctuelle – Ribeyre, etc.²¹⁸

Plusieurs structures possèdent leurs propres espaces de ventes: c'est le cas de Christie's et Sotheby's. Ces deux maisons dominent largement le marché de l'art africain et océanien à Paris et, par conséquent, dans le monde.

Lorsque le marché français s'ouvre en 2001, le développement est rapide: Christie's ouvre un département d'art africain et océanien à Paris en 2002 lorsque François de Ricqlès qui a orchestré la vente majeure de Goldet²¹⁹ en 2001 devient vice-président de Christie's. Il gère lui-même le département d'art africain et océanien avec un proche collaborateur et orchestre la plupart des ventes. En 2016, Bruno Claessens, ancien chercheur en histoire de l'art africain, prend la tête du département parisien. Sous ses ordres officient encore un chef de département Europe, faisant aussi la liaison avec Bruxelles, un spécialiste, un consultant et une coordinatrice de vente²²⁰, soit cinq personnes à temps plein.

Ces dates et jalons sont sensiblement les mêmes pour Sotheby's: en 2003 Patrick Caput et Marguerite de Sabran sont engagés pour former le département d'art africain et océanien de Paris. Marguerite de Sabran devient rapidement directrice du département et, avec le départ de Patrick Caput en 2016, l'équipe reste alors composée d'un spécialiste,

²¹⁷ Le métier de commissaire-priseur a été particulièrement étudié, notamment par QUEMIN Alain, *Les commissaires-priseurs: la mutation d'une profession*, Paris, Anthropos-Economica, 1997, 534 p, une sociologie de la profession dans laquelle il souligne le corporatisme fort du corps de métier et les nombreuses étapes de la professionnalisation du commissaire-priseur (formation, concours, etc.).

²¹⁸ Voir l'annexe 1.1, Acteurs et échantillonnage p. 359.

²¹⁹ Les 30 juin et 1^{er} juillet 2001 a lieu la vente de la collection Hubert Goldet pour 13,48 millions d'euros pour 644 lots par la maison de ventes Aguttes à la Maison de la Chimie de Paris.

²²⁰ La composition du département ainsi que les curriculums et remarques sur chaque collaborateur sont publiés sur les sites internet des maisons de ventes: <http://www.christies.com/departments/African-and-Oceanic-Art-57-1.aspx> pour Christie's et <http://www.sothebys.com/en/departments/african-oceanic-art.html> pour Sotheby's [consultés le 28 avril 2018].

responsable pour Paris et Bruxelles, d'un *junior cataloger* et d'une administratrice, soit quatre personnes à temps plein.

Depuis leur fondation – en 1740 pour Sotheby's et en 1778 pour Christie's – ces deux maisons entretiennent une concurrence féroce ; les départements d'art africain et océanien n'échappent pas à cette règle. Les ventes aux enchères ont lieu à une journée d'intervalle entre les deux maisons qui se livrent une guerre acharnée : selon le *Rapport sur le marché de l'art tribal, 2000-2015* (Artkhade, 2016), les deux maisons s'accaparent 92 % du chiffre d'affaires du secteur en 2013, 88 % en 2014. Entre 2000 et 2014, les deux maisons raflent 78 % du chiffre d'affaires du marché des enchères de l'art africain et océanien. Sotheby's domine largement en termes de chiffre d'affaires, atteignant 62 % du chiffre d'affaires du secteur entre 2000 et 2014, contre 16 % pour Christie's. Cependant, Christie's s'en sort mieux sur certains segments du marché – les pièces vendues à moins de 10 000 euros – et possède un taux d'invendus bien inférieur à celui de Sotheby's (trois objets sur quatre sont vendus par Christie's, contre deux sur trois pour Sotheby's). Pour la maison Sotheby's, c'est sa directrice, Marguerite de Sabran, qui a permis une envolée du chiffre d'affaires du département parisien²²¹. La majorité des acteurs s'accordent aussi à dire que son arrivée à la tête du département a permis à Sotheby's de s'imposer sur le marché de l'art africain et océanien en un temps record.

Le galeriste : construire une identité professionnelle

Il n'existe aucune définition légale du marchand d'art africain et océanien en France, en Belgique ou en Suisse, ni même de définition différenciant un antiquaire d'un brocanteur. À partir du moment où un vendeur procède à des ventes de gré à gré pour en faire profit, il est considéré comme un commerçant. Il est donc difficile de comptabiliser précisément les antiquaires de façon générale²²², et d'art africain et océanien en particulier. Ils peuvent en outre se différencier selon une multitude de critères : le type d'objets vendus, le nombre d'intermédiaires

²²¹ La maison mère parle d'une multiplication du chiffre d'affaires par 300 % grâce à Marguerite de Sabran : (d'après sa fiche biographique sur le site de Sotheby's, consultée le 28 avril 2018 ; désormais hors-ligne).

²²² Le chiffre de quinze mille est avancé pour la France dans un rapport de l'Inspecteur général des Finances (Gaillard, 29 avril 1999), spécifiant qu'il existerait, en plus de ces quinze mille, environ vingt-cinq mille professionnels non déclarés. Il est difficile d'avoir des chiffres concernant les galeries d'art en général, car le secteur définit par l'INSEE en France est celui des « Antiquaires, brocantes, dépôts-ventes » qui englobe tous les commerces de livres d'occasion, de biens d'occasions (frîpes, meubles, etc.) et les dépôts-ventes.

entre eux et la création de l'objet, si les objets sont restaurés ou non, la qualité des objets, leur prix ou la conception qu'ils se font du métier (Hoog et Hoog, 1995 ; Moulin, 1967).

Les définitions officielles sont donc vagues et le processus de différenciation et de définition de la profession se développe sur d'autres critères que celui de la loi. Pour les galeristes, il s'agit, davantage que d'un statut juridique commun, de la construction d'une identité professionnelle commune. Pour comprendre ce qui la définit, je me suis appuyée largement sur les propos mêmes des acteurs du champ, principalement des galeristes. Sur cette base, plusieurs critères attestent de la crédibilité d'un marchand d'art africain et océanien et le définissent comme galeriste auprès de ses pairs : son expérience, dans ce champ ou un autre champ artistique, son histoire personnelle et plus particulièrement son héritage familial et finalement, pour l'art africain et océanien en particulier, sa proximité avec les pays producteurs des objets qu'il vend.

Héritage, genre et classe : le profil du marchand d'art africain et océanien est-il différent du marchand d'art ?

« Je suis fille de marchand, j'ai toujours vécu là-dedans. Il y a quelques années j'ai repris la galerie, avec ma mère, parce qu'elle était partie à la retraite. J'ai travaillé avec ma mère et puis avec mon père et j'ai voyagé encore. Mon père est marchand et est un collectionneur assez connu. Je travaille dans cette galerie depuis 2000 et la galerie est ici depuis 1994. Mon père a ouvert sa première galerie en 1969. »²²³

La grande majorité des galeristes interrogés mettent en avant, pour expliquer leur passion, le parcours d'un parent lui-même collectionneur ou galeriste, un argument qui donne la garantie de connaître le milieu et d'en maîtriser

²²³ Témoignage de Judith Schoffel de Fabry, qui pourrait aussi bien être celui, par exemple, de Philippe et Lucas Rattou, deuxième et troisième génération de marchands de la famille Rattou ; d'Anthony Meyer, dont la mère possédait une galerie ; de Sara de Monbrison dont le père est aussi galeriste ; de Didier Claes, dont le père travaille pour les collections de Mobutu ; de Serge Schoffel, dont le père est galeriste et collectionneur ; de Régis Huguenin, dont la tante avait une galerie, etc. Cette particularité est aussi reprise dans les portraits des galeristes brossés lors de l'exposition *Regards de Marchands* à la Monnaie (2009) et repris dans le catalogue du même nom (MARTINEZ-JACQUET Elena, GEOFFROY-SCHNEITER Béatrice, *Regards de Marchands : la passion des arts premiers*, Bruxelles, Primedia, 2009, 192 p.).

les codes, voire d'être «génétiquement» légitime à exercer ce métier. Ainsi, nombreux sont les marchands à revendiquer être «nés dans les objets» :

«Mon père rencontre ma mère en Afrique, parce qu'il travaille pour le musée de Kinshasa. Je crois que ça commence vraiment là. Je nais dans les objets. Il [mon père] était conservateur, mais en fait il était collecteur, parce qu'il collectait à l'initiative de Mobutu. Et moi je nais dans ça. Et je pense que ça commence là, car je retrouve des photos de moi où je suis autour d'objets. J'ai vraiment baigné dedans et je crois, si je dois parler franchement de mes connaissances aujourd'hui, que ce sont des connaissances qui ont été très, très vite établies. C'est le fait d'être vraiment né dans ça.»²²⁴

Cette influence de l'héritage personnel est un élément non spécifique aux marchands d'art africain et océanien : on le retrouve aussi chez les marchands et galeristes d'art moderne et contemporain, comme l'a observé Julie Verlaine dans sa recherche sur le sujet (Verlaine, 2012: 185-193). Elle montre que les galeristes font valoir les lignées de collectionneurs et de marchands auxquelles ils appartiennent, brouillant ainsi par ailleurs la frontière entre le marchand – acteur de la circulation des biens – et le collectionneur – chantre de leur immobilisation. Julie Verlaine insiste aussi sur deux autres dominateurs communs : une grande partie des marchands sont issus de milieux aisés et une grande majorité sont des hommes. Deux caractéristiques que l'on retrouve aussi chez les marchands dans le domaine de l'art africain et océanien : plus de 80% des participants aux foires de mon échantillon de recherche sont des hommes, une statistique que l'on retrouve dans les enquêtes d'Estelle Fossey (2008) et de Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2011).

La frontière entre le galeriste et le collectionneur : l'expérience et le lien aux objets, entre théorie et pratique

Un élément discriminant les marchands d'art en général des marchands d'art africain et océanien, comme le souligne Didier Claes, est un lien fort revendiqué avec les pays dont sont issus les objets collectionnés : y avoir souvent voyagé, voire y avoir vécu, est récurrent dans les propos : «*ce pays, ça m'a fasciné donc je suis retourné sept fois aux Philippines*», déclare Serge Schoffel. Souligner un lien aux pays est primordial, car il atteste d'une expérience de terrain nécessaire à la connaissance des objets et du marché : une

²²⁴ Entretien avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

tension traverse tous les discours, celle entre la formation théorique – un atout à double tranchant, qui donne une crédibilité institutionnelle, mais qui peut parfois enfermer le marchand et le couper de l’objet – et l’expérience de terrain qui met en contact direct avec les objets et forme le regard: «*J’ai dû réapprendre tout par l’expérience, parce que chaque objet, c’est un risque.*»²²⁵

La suppression des intermédiaires entre le marchand et le producteur des objets est souvent gage de sa connaissance et donc de sa crédibilité auprès de certains acheteurs, dont certains conservateurs, comme Emmanuel Kasarhérou, par exemple, qui confiait accorder une confiance accrue aux galeristes de terrain, qui possèdent selon lui un accès à une information non «*érodée*»²²⁶.

La compétence professionnelle d’un marchand se mesure à l’aune de l’équilibre entre ces deux extrêmes: documenter et fonder son discours sur une théorie artistique et ethnographique solide qui peut être le résultat d’une formation (le plus souvent l’histoire de l’art), d’une transmission (le plus souvent celle des parents) ou d’un autoapprentissage, tout en ayant la capacité de «regarder» et de «ressentir» les objets, talent inné résultant d’un héritage ou d’une prédisposition, ou acquis par l’expérience sur le terrain. «Ressentir» les objets, c’est tisser un lien avec eux, voire communiquer avec eux :

*«Je dis avec un peu de prétention que c’est leur âme qui parle et ils ont un peu tous la même âme. C’est comme ça que je le ressens en tout cas. Alors soit c’est ici dans des réserves, soit à la maison, car il y a ce plaisir de vivre avec les objets, de dialoguer avec eux. [...] Il y a ce contact, cette émotion, ce dialogue, vraiment un dialogue, qui s’établit entre les pièces et moi. C’est comme ça que je le ressens, il y a un échange en tout cas.»*²²⁷

L’objet émerge ainsi, comme l’explicite Patrick Mestdagh, comme un acteur à part entière coproducteur du lien d’attachement (Hennion, 2004; Bonnot, 2014). Alfred Gell (1998) pousse cette réflexion encore plus loin avec la notion d’*agency*. Si la traduction du terme est sujette à débat, le sens de ce dernier renvoie dans tous les cas à l’idée que les objets possèdent une agentivité, en tant qu’agents secondaires, et qu’ils se regroupent en *agency network*, contenant toute l’agentivité des acteurs

²²⁵ Entretien avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

²²⁶ Entretien avec Emmanuel Kasarhérou à Paris, le 10 septembre 2015: ces galeristes sont pour lui différents, car ce sont des collecteurs directs: «*ils n’ont pas d’intermédiaires entre eux et la recherche d’objets. C’est eux qui vont sur le terrain.*»

²²⁷ Entretien avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

par lesquels l'objet est passé, ainsi que celle de la personne qui regarde l'objet à un moment donné²²⁸. L'objet est ainsi à considérer comme actant (Bonnot, 2006), qu'il regroupe les intentionnalités des personnes croisées sur sa route auparavant ou qu'il possède la sienne propre, une « âme », comme l'affirme Serge Schoffel :

« *Comme j'achetais avec goût, avec mon cœur, en général je ne me trompais pas trop parce qu'un bon objet, ça dégage une énergie, ça a une âme que n'a pas un autre.* »²²⁹

Il n'est dès lors pas étonnant de constater que les marchands, au plus fort de leur attachement, peuvent entretenir un dialogue avec les objets :

« *Il y a des objets qui ne sont pas des convoitises, mais "de vieilles amies". Il y a un Uli chez moi à côté de la télé et un soir ma femme me demande ce que je fais, je lui dis "je regarde la télé". Elle me dit : "la télé est éteinte". J'étais en discussion depuis deux heures avec le Uli ! Car ce n'est pas vrai que les objets ne parlent pas. Ils répondent, car on se parle à soi-même.* »²³⁰

Cependant, toutes ces caractéristiques attestent de la passion et de la capacité professionnelle en général dans le champ, et non de celle de marchand d'art africain et océanien en particulier, puisque l'on retrouve exactement les mêmes caractéristiques dans le portrait que Stéphane Martin, l'ancien directeur du musée du quai Branly – Jacques Chirac – brosse de lui-même (Martin, 2007). Chez les collectionneurs aussi, comme l'ont montré Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008), la passion se construit sur des rencontres et une expérience quasi fusionnelle avec les objets considérés comme des personnes et donc sur un « rapport à l'être bien davantage qu'à l'avoir » (Derlon et Jeudy-Ballini, 2008 : 166). La frontière se révèle à nouveau ici ténue, entre le galeriste et le collectionneur.

Les capacités du marchand, spécifiquement, se révèlent par son goût de la recherche des objets, sa persévérance à fouiller aux puces et sur les marchés : « *moi j'avais depuis très longtemps développé des relations au marché aux puces de Bruxelles car j'adorais fouiller* », explique Pierre Loos. Cependant, cet intérêt pour les marchés s'illustre par la volonté

²²⁸ Cet attachement serait pour lui souvent traduit en émotion esthétique (GELL Alfred, *Art and Agency...*, p. 101) qui n'a pour Gell pas de légitimité. Un point de vue critiqué par Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (« L'art d'Alfred Gell : de quelques raisons d'un désenchantement », *L'Homme* 193, 2010, p. 167) qui reviennent sur les critères qu'Alfred Gell énumère pour considérer si un objet est artistique ou non.

²²⁹ Entretien avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

²³⁰ Entretien avec Anthony Meyer à Paris, le 10 septembre 2014.

de vendre ou d'avoir son propre stand aux puces, souvent la première étape du parcours de marchand d'art africain et océanien :

«Ma mère avait retrouvé une caisse d'objets que mon père avait laissés quelque part dans la cave et elle me demanda de l'en débarrasser. J'ai débarqué au marché aux puces et j'y ai rencontré un marchand à qui je vendais des choses... et c'est ainsi que ça a commencé.»²³¹

«D'abord j'ai ouvert mon stand aux puces, il y a à peu près dix ans. J'ai commencé à Saint-Ouen, au marché aux puces de Saint-Ouen. J'avais un stand que j'ai gardé six ans, donc ça s'est très bien passé, j'ai rencontré plein de gens intéressants. J'ai attendu le bon moment pour passer un cap et venir dans le quartier de Saint-Germain.»²³²

Certains marchands restent aux puces et d'autres, comme Lucas Ratton, Didier Claes ou Pierre Loos, franchissent l'étape postérieure: l'ouverture d'une galerie.

La galerie : un espace humain au temps long pour s'opposer aux enchères

«Je pense que c'est notre force, c'est notre argument qu'on n'utilise pas assez, on est trop timides encore par rapport à ce que font les salles de ventes. C'est vraiment un suivi, nombreux sont ceux qui ont des parcours comme ça, vous savez on prend un chemin on rencontre quelqu'un, on prend un chemin ensemble, on crée une collection...»²³³

La galerie apporte des avantages que les puces n'ont pas: espace permanent, elle permet le stockage des objets, afin de les documenter, de les organiser puis de les montrer. Même si certaines puces possèdent des espaces permanents, la migration du vendeur dans le lieu consacré au commerce de l'art atteste de ses compétences. En outre, posséder les objets est une caractéristique du galeriste souvent mise en avant dans les discours des acteurs; posséder l'objet, c'est aussi le moyen de développer et d'entretenir cette relation spécifique à l'objet, comme un collectionneur :

²³¹ Entretien avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 septembre 2014.

²³² Entretien avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

²³³ Entretien avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

«Alors j'ai l'objet: le fait d'avoir pris le risque, investi mon énergie, mon argent, tout, c'est à moi et pour toujours, pour l'éternité.»²³⁴

Posséder l'objet, sur un plus ou moins long terme, et ainsi développer une relation, apprendre à le connaître, le personnifier, c'est aussi un privilège que les maisons de ventes aux enchères – selon les galeristes – n'ont pas, elles qui ne voient les objets que sur un court laps de temps et qui ne les possèdent techniquement jamais. Pour les galeristes, cette différence est fondamentale et un atout non négligeable face à la puissance montante des maisons de ventes :

«Vous savez tous les objets qui sont ici, en tout cas plus de 90%, m'appartiennent. C'est-à-dire que je les ai achetés, je les ai financés et les ventes publiques ne font pas ça, officiellement.»²³⁵

La galerie est un espace de rencontres : entre le galeriste et l'objet, entre le collectionneur et l'objet, mais aussi entre le galeriste et le collectionneur. Le facteur humain, l'objet étant personnifié, est au centre de la conception de la galerie ; comme la passion s'illustre dans l'attachement que le galeriste possède pour l'objet, la qualité de son travail se mesure à son rapport avec les clients. Une relation de confiance et une proximité doivent s'installer entre le galeriste et son client, un avis partagé tant du côté du vendeur que de l'acheteur, comme nous le confirmait Emmanuel Kasarhérou, conservateur du musée du quai Branly – Jacques Chirac :

«Avoir une proximité avec le marchand est nécessaire. [...] Avec ces collecteurs-là... c'est quelqu'un avec lequel j'ai une relation presque amicale, car s'il y a dans sa démarche quelque chose de commercial, il y a aussi une implication humaine. C'est une relation qui peut ne pas être dénuée d'une certaine fraternité.»

La confiance envers le galeriste est centrale, car l'acheteur compte sur le marchand pour le conseiller et s'en remet à son goût et à son jugement. Le galeriste revendique ce suivi sur le long terme et la relation qui peut se tisser entre l'acheteur et lui-même, gage d'une collaboration fructueuse qui peut mener à la constitution de collections importantes :

«Parce qu'un collectionneur qui désire vraiment s'impliquer va faire confiance à un antiquaire de son choix, parce qu'il y a une relation qui

²³⁴ Entretien avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

²³⁵ Entretien avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

s'installe, parce qu'il faut une correspondance au niveau du caractère, de la psychologie, de la philosophie: ma manière d'être, ma sélection d'objets, la manière dont je parle, les mots que j'utilise peuvent ne pas plaire et c'est normal, car on n'est pas universel. On est unique et donc chacun a la possibilité de rencontrer une personne ou plusieurs et de faire un bout de chemin, et c'est ce qui fait une collection. C'est enrichissant pour les deux, je pense, vraiment, c'est ça qui est intéressant pour les deux: on a chacun un peu nos clients privilégiés qui nous disent "j'achète au travers de ton œil, je te fais confiance à toi et pas à un autre". Et d'autres clients font confiance à d'autres. Moi c'est Paul, lui c'est Jacques et le troisième c'est Michel, et chacun a son ou ses clients un peu réguliers.»²³⁶

Ce discours de la passion et du rapport humain est ce qui pour les galeristes les différencie des maisons de ventes aux enchères. Appuyant sur le contraste, les galeristes insistent sur le rapport long de la relation qu'ils peuvent tisser avec l'acheteur, ce qui leur permet de connaître ses précédentes acquisitions, ses goûts, de l'orienter et d'effectuer une forme de veille, de l'appeler quand il sait qu'un objet pouvant l'intéresser arrive sur le marché: «*il n'y a pas [dans les maisons de ventes] ce côté boutique où on peut prendre le café et le marchand vous sort sa pièce de dessous le bureau.»²³⁷* Selon les marchands, aucune collection ne s'est constituée uniquement grâce à des ventes publiques: un marchand est toujours derrière toute grande collection.

Finalement, la galerie est une forme de reconnaissance: le marchand a assez de moyens pour posséder son propre espace et accède ainsi à un nouveau statut:

«Quand j'ai ouvert ma galerie, ça a donné un statut tout de suite et ça a commencé à fonctionner. Et si j'ai encore une galerie aujourd'hui, c'est pour les mêmes raisons, parce que j'ai tellement peu de visites que ce n'est pas très rentable. Maintenant, sans galerie, on est quoi? Un petit malin qui fouine? Alors qu'on peut être un marchand établi avec pignon sur rue. Ce n'est pas un prétexte, je suis content de l'avoir, mais il y a tellement peu de fréquentation que la garder c'est une forme de démarche sociale...»²³⁸

²³⁶ Entretien avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

²³⁷ Entretien avec Emmanuel Kasarhérou à Paris, le 10 septembre 2015. Didier Claes confirme qu'il peut prendre la liberté de choisir à quel collectionneur s'adresser: «*quand j'ai un bel objet, forcément tout le monde le veut, mais j'en ferai profiter le client avec lequel j'ai le plus d'affinités.*» (Bruxelles, le 9 décembre 2014)

²³⁸ Entretien avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

La galerie est donc davantage une « *démarche sociale* » qu'une définition administrative, juridique ou économique de l'activité du marchand. Elle permet de prétendre au titre de marchand ; elle témoigne de son statut, elle prouve qu'il s'est constitué une clientèle, qu'il a fait des rencontres et a touché aux objets. Elle différencie le galeriste des maisons de ventes en offrant un temps long d'acquisition de l'objet, qui permet de tisser un lien avec ces derniers comme avec les collectionneurs. Le facteur personnel est au centre des discours des galeristes qui s'opposent aux maisons de ventes, simples figures d'intermédiaires intéressées par le profit.

L'identité du galeriste : entre sociologie de la profession et discours marketing

Les discours des marchands soulignent différents points qui constituent selon eux des incontournables de leur identité : ces éléments – héritage familial, lien aux pays, dimension humaine de leur pratique – relèvent bien évidemment d'un discours qu'on pourrait qualifier de marketing, voire de marketing affectif quand apparaît le motif de l'attachement personnel et émotionnel aux objets. Le fait de mobiliser ces caractéristiques dans leurs discours permet de reléguer l'argent au second plan, une stratégie qui permet d'esquiver habilement les considérations morales liées à ce champ et que nous verrons plus en détail dans le chapitre 3. Cependant, cette stratégie n'est pas déployée, selon moi, seulement pour masquer un appât du gain, mais sert aussi à caractériser leur pratique. Cette caractérisation se fait par rapport à d'autres acteurs du champ, notamment les maisons de ventes, mais aussi par rapport à d'autres champs artistiques, comme l'art moderne.

Différents points constituant l'identité professionnelle du galeriste d'art africain et océanien se retrouvent chez la majorité des marchands d'art : héritage familial ou porosité des frontières entre marchand et collectionneur, par exemple. Dans le champ de l'objet ethnographique, une caractéristique majeure se dessine cependant : le lien au terrain et à l'expérience, tant sur le lieu de production de l'objet qu'avec l'objet lui-même, ce dernier étant régulièrement personnalisé et perçu comme un acteur à part entière du champ. Cependant, si les deux caractéristiques évoquées plus haut se retrouvent chez d'autres acteurs du marché de l'art général, il reste important de les mentionner ici, puisqu'elles jouent un rôle déterminant dans la structuration et la hiérarchisation du marché.

Perméabilité des frontières et hiérarchisation des acteurs marchands

Cette catégorisation ainsi que les définitions que nous avons vues, permettent de différencier les marchands, galeristes, commissaires-priseurs et maisons de ventes, légalement et professionnellement, d'un point de vue externe et interne. Le galeriste est souvent désigné (ou s'autodésigne) comme l'héritier d'une passion et d'une pratique familiale, qui lui octroie une compétence quasi innée avec les objets; il a une connaissance, de terrain et théorique; il entretient un lien aux objets, qui s'inscrit dans une temporalité longue rendue possible par l'espace de monstration et de stockage qu'il possède de façon pérenne, par opposition aux maisons de ventes qui ne seraient que des intermédiaires de très court terme, intéressées par leur seul profit. Il a par contre le droit de ne pas afficher ses prix²³⁹ et ses marges ne sont pas fixées officiellement, contrairement aux maisons de ventes qui doivent faire preuve d'une totale transparence (marges, estimations, résultats de ventes) et qui appartiennent à des sociétés, ou sont composées par des corps professionnels très structurés comme l'est celui des commissaires-priseurs (Quemin, 1997) ou celui de l'Union des commissionnaires de l'Hôtel Drouot.

Cependant, ces frontières peuvent se brouiller: nous avons vu la frontière très mince existant entre collectionneur et galeriste, tous deux étant motivés par les mêmes critères définissant selon eux la passion ainsi que par le désir de posséder les objets et d'entrer en relation avec eux. Cependant, si tous les marchands se disent collectionneurs, ils indiquent dans leur récit toujours tenter de diriger leur collection sur des sphères extérieures à l'art africain et océanien: le design, l'art contemporain, la peinture flamande, etc. Force est de constater que ces discours contrastent cependant avec certaines pratiques, puisqu'il n'a jamais été rare d'observer des pièces à côté de la télévision dans les intérieurs personnels de galeristes.

²³⁹ Les lois des trois pays sur la transparence des prix et la publicité indiquent que les galeries d'art peuvent ne pas afficher les prix des objets présentés, mais tenir des listes de prix séparées. Pour la France, la circulaire du 19 juillet 1988 portant application des dispositions de l'arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix (III, d); pour la Belgique, l'obligation d'affichage du prix n'est plus obligatoire à partir de 1500 euros pour les objets d'art; pour la Suisse, l'ordonnance sur l'indication des prix 942.211 (OIP) du 11 juillet 1978 indique que, pour les antiquités et objets d'art supérieurs à 5 000 CHF, l'affichage peut être indiqué sous n'importe quelle forme pourvu que les indications soient «*faciles à consulter et aisément lisibles*» (article 7, alinéa 3).

La frontière est très mince entre un objet collectionné pour soi ou stocké chez soi dans l'attente d'une vente.

En outre, si les enchères semblent relever de la maison de ventes et la vente de gré à gré au marchand, il faut aussi savoir que les commissaires-priseurs et les maisons de ventes sont habilités à effectuer des ventes de gré à gré lorsque la vente aux enchères est annulée ou a échoué, ce que les marchands dénoncent avec véhémence :

«Je suis remonté ferme contre les ventes publiques aujourd'hui, qui ont aussi un rôle de marchand. Ils négocient aussi des pièces à l'achat et à la vente avec commissionnement. [...] Quand la vente publique dit "on peut vendre en ventes publiques et on peut vendre en vente discrète", c'est une concurrence déloyale.»²⁴⁰

Maisons de ventes et marchands sont donc en concurrence alors qu'ils ne fonctionnent normalement pas sur les mêmes plans et de la même façon. En outre, les maisons de ventes tentent de contrer les arguments avancés par les galeristes à propos de leur connaissance des objets et se réapproprient certains arguments affectifs: ainsi, même si le temps effectif de possession des objets est court, Marguerite de Sabran, responsable du département chez Sotheby's, appuie le fait qu'eux aussi tissent une relation avec l'objet :

«À partir du moment où elle nous est confiée, on a un rapport très particulier, extrêmement personnel et très fort, avec l'œuvre qui nous est confiée et pour laquelle souvent on s'est battu, on s'est défendu: pour le sélectionner, pour le présenter dans notre monde, pour l'avoir à telle estimation, parfois contre des marchands ou contre d'autres maisons de ventes aux enchères. Il y a quelque chose de très particulier, on a un rapport qui devient très personnel avec les œuvres.»²⁴¹

Pour les galeristes, souvent responsables seuls ou avec un assistant de leur propre commerce, les maisons de ventes sont de véritables «machines de guerre», structurées en différents départements, possédant déjà un répertoire de clientèle, une stratégie marketing, des fonds très importants et des ressources – humaines et techniques – pour effectuer les recherches documentaires nécessaires sur chaque objet²⁴². On peut apercevoir ici une tension importante entre les deux acteurs principaux du marché, due à

²⁴⁰ Entretien avec un galeriste bruxellois, 9 décembre 2014.

²⁴¹ Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

²⁴² Voir annexe 1.1.3 Les maisons de ventes aux enchères, p. 367.

une porosité importante des frontières. Elle structure une grande partie du marché de l'art africain et océanien.

La structure du marché apparaît donc comme une pyramide, avec à sa base de nombreux marchands à la sauvette ou aux puces, un milieu constitué de galeristes et un sommet où ne se côtoient que quelques maisons de ventes aux enchères. Une tension apparaît entre ces différents segments, notamment entre le moyen et le haut : accusations de concurrence déloyale, de perte de vitesse du marché ou de création d'un marché à deux vitesses. Ce système voit se répartir des vendeurs différents pratiquant des prix différents à des acheteurs différents, conservant cependant une relative homogénéité dans chaque segment : des connaisseurs achetant en galerie à des prix compris entre 1 000 et 25 000 euros et des investisseurs achetant lors des ventes aux enchères des objets supérieurs à 25 000 euros. Les objets se répartiraient alors sur le marché selon ces catégories. Cependant, cette répartition ne serait pas si simple :

«Les grandes pièces maintenant passent en ventes publiques, parce que quand c'est vraiment le haut du panier c'est là qu'on a le risque de faire les prix les plus hauts et ça ce n'était pas le cas avant. On en trouvait dans le marché privé, on en trouve encore car il y a quelques marchands qui continuent à pouvoir acquérir ce genre de pièces, mais en général, de façon assez intéressante, ils ne les vendent pas aux mêmes prix que les ventes publiques.»²⁴³

Ainsi, selon le segment de marché sur lequel l'objet aurait atterri, il ne serait pas évalué de la même manière, ce que relèvent un grand nombre d'acteurs du champ, notamment les galeristes, alimentant la tension avec les maisons de ventes aux enchères :

«Quand on a un objet similaire on rêve de pouvoir demander parfois la moitié du prix que ça fait en ventes publiques. Et dans certains cas, on se fait insulter pour demander de tels prix, alors que l'objet qui a 500 000 euros en ventes publiques on se dit "tiens je l'ai eu dans de bonnes conditions, est-ce que je vais oser demander 200 000 ?". Non. Et c'est presque deux marchés différents.»²⁴⁴

«Un même objet : on le vend à la galerie avec un prix élevé, on va nous traiter de fous, mais en salle des ventes, il fait un prix record : on applaudit.»²⁴⁵

²⁴³ Entretien avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

²⁴⁴ Entretien avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

²⁴⁵ Entretien avec Judith Schoffel de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

Le prix des objets se définit donc notamment par la personne qui le vend, à qui elle le vend et à quel moment. La répartition des acteurs dans la pyramide dépend aussi des moyens dont ils disposent : les différents vendeurs ne possèdent pas tous les mêmes ressources, humaines et techniques, pour acquérir, documenter, mettre en valeur puis trouver de potentiels acheteurs. Les galeristes travaillent souvent seuls, acquérant auprès de fournisseurs, aidés d'un ou deux assistants de galerie pour la documentation et la vente des objets. Les maisons de ventes, n'investissant aucun argent dans l'achat d'objets puisqu'ils ne font office que d'intermédiaires, peuvent disposer de ces ressources autrement et engager davantage de collaborateurs et de moyens. Les manières de travailler diffèrent donc sensiblement.

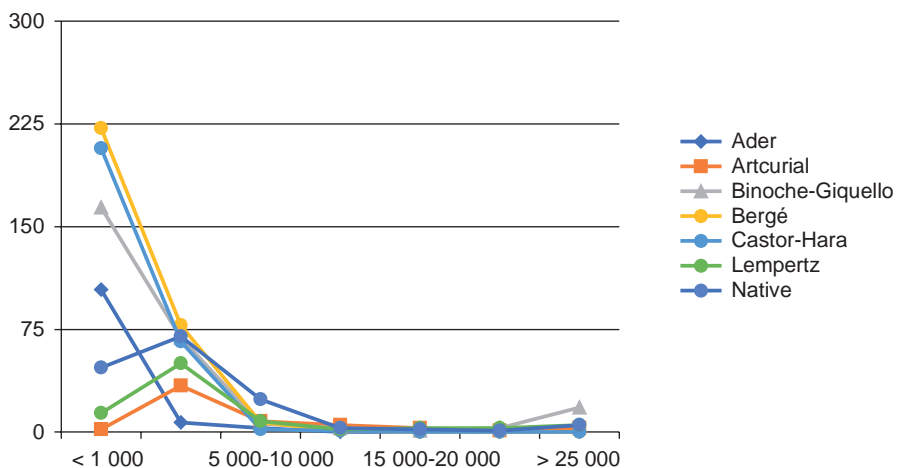
Lorsqu'un objet traverse cette organisation pyramidale, il acquiert de la valeur au fur et à mesure de son ascension, un processus analysé par Raymond Corbey (1999 ; 2000) et Christopher Steiner (1991 ; 1994 ; 1995) : ce dernier évoque notamment l'exemple d'une pièce en ivoire, vendue trois cents dollars par son fournisseur, lors de son entrée dans la pyramide, et revendue vingt-cinq mille dollars à sa sortie, par une maison de ventes aux enchères (Steiner, 1994 : 13). Chaque déplacement de l'objet vers le sommet de la pyramide lui fait prendre de la valeur, puisque chaque médiateur ajoute « *an economic value to what they sell by interpreting and capitalizing on the cultural values and desires from two different worlds* »²⁴⁶ (Steiner, 1994 : 14-15).

Pendant, s'il est indéniable que la hiérarchisation des acteurs du champ s'organise majoritairement en pyramide, il serait erroné d'y voir des segments homogènes et des fonctionnements « en silos » horizontaux. L'observation des acteurs du champ et de leur pratique permet en effet de nuancer cette position sur plusieurs points. Il apparaît premièrement que les prix élevés de certains objets, s'ils sont élevés, peuvent être relativisés : les objets considérés comme bons sur le marché ont en effet toujours été très chers, au regard de la valeur de l'argent et l'art en général au même moment²⁴⁷. En outre, l'observation des ventes effectuées dans le domaine entre 2014 et 2017 montre qu'il existe des ventes pour tous les prix et que les maisons de ventes aux enchères ne vendent pas forcément à des prix élevés (graph. 5, 6 et 7).

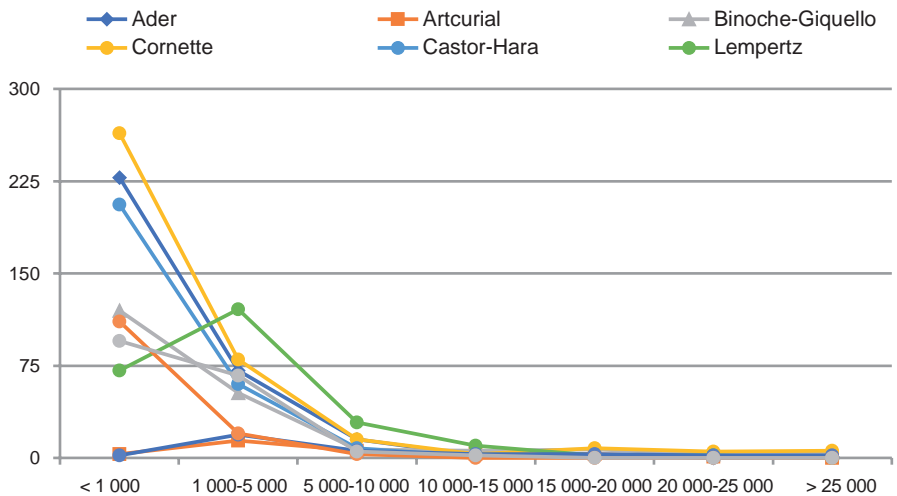
²⁴⁶ « *une valeur économique à ce qu'ils vendent en interprétant et en capitalisant sur les valeurs culturelles et les désirs de deux mondes différents.* »

²⁴⁷ Ainsi, la base de données Artkhade qui fournit par objet ses prix successifs lors des ventes propose aussi un calcul de l'inflation, de façon à « recontextualiser » la montée des prix.

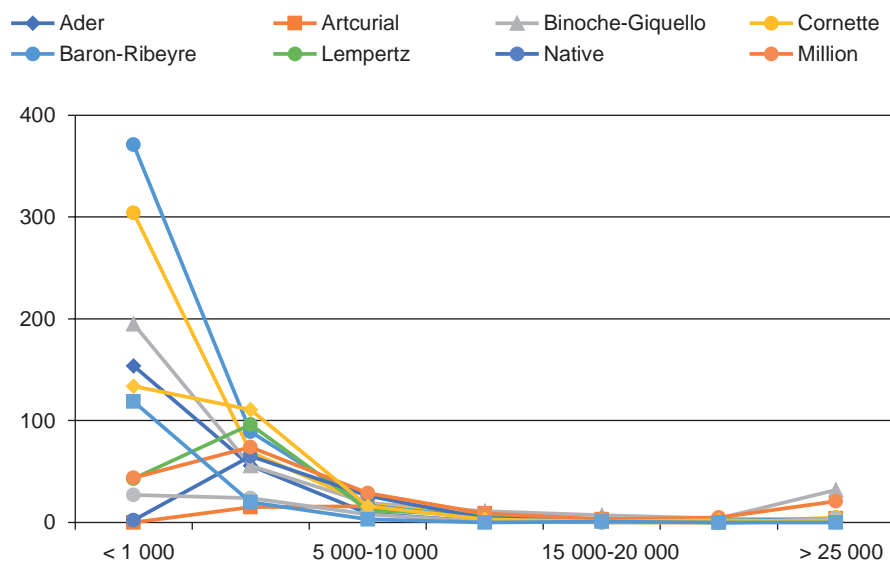
Graphique 5. Nombre de lots vendus dans chaque catégorie de prix (en euros) par les maisons de ventes aux enchères en 2014 – sauf Sotheby's et Christie's.



Graphique 6. Nombre de lots vendus dans chaque catégorie de prix (en euros) par les maisons de ventes aux enchères en 2015 – sauf Sotheby's et Christie's.



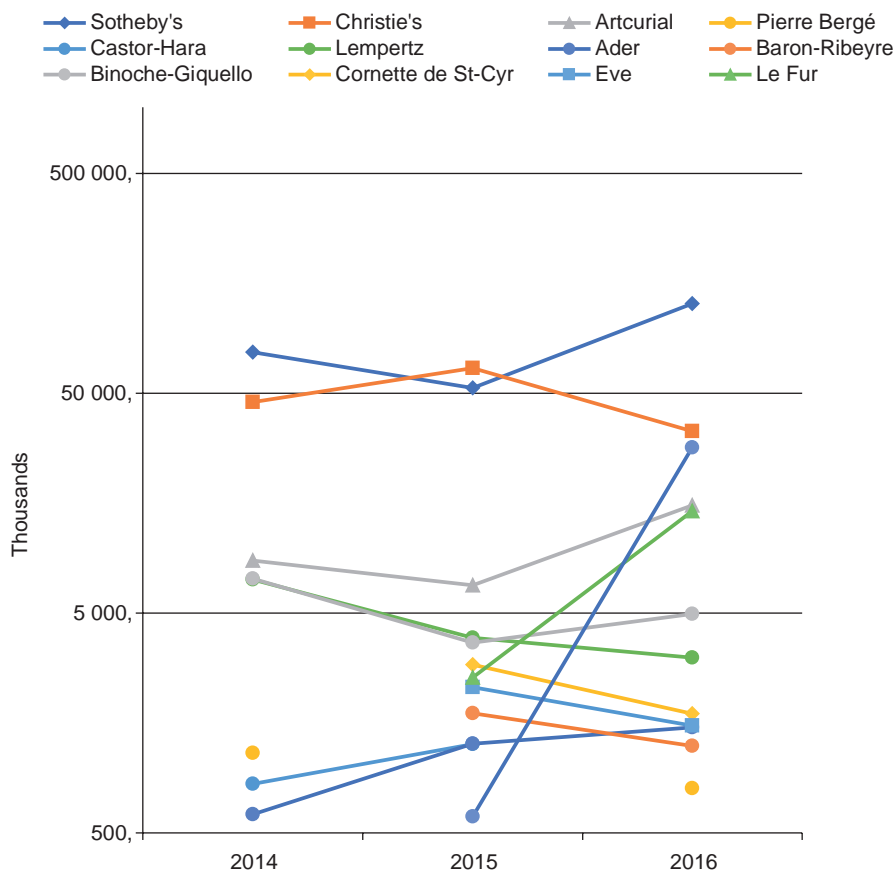
Graphique 7. Nombre de lots vendus dans chaque catégorie de prix (en euros) par les maisons de ventes aux enchères en 2016 – sauf Sotheby's et Christie's.



Plus encore, ces statistiques montrent que la majorité des objets proposés aux enchères sont vendus pour des prix inférieurs à mille euros et plus de trois quarts pour des prix inférieurs à 5 000 euros. Cette réalité est cependant fortement occultée par la prééminence de Sotheby's et Christie's qui, comme nous l'avons vu, monopolisent les segments hauts du marché, donnant l'impression que ces derniers sont occupés uniquement par les maisons de ventes et que les segments bas ne relèvent pas de ce système de vente. Finalement, les statistiques des ventes des années 2014 à 2015 montrent que de plus en plus de maisons de ventes aux enchères organisent des ventes d'art africain et océanien et que quelques-unes commencent à vendre davantage de lots dans des catégories supérieures (graph. 8), tendant à des prix moyens qui, s'ils ne sont pas encore ceux de Sotheby's et Christie's, s'en rapprochent (comme Lempertz, Native, Million, Binoche et Giquello ou Cornette de Saint-Cyr).

Ces observations font prendre conscience d'une réalité bien plus nuancée que ne la dépeignent les principaux acteurs concernés ou les statistiques : de nombreux recoupements et liens existent entre les différents « étages »

Graphique 8. Évolution des prix moyens des enchères par maison et par an et répartition des maisons de ventes.



de la pyramide et certains acteurs jouent sur plusieurs registres. Les galeristes sont par exemple loin de constituer un groupe homogène et plusieurs critères les différencient.

Le fonds de réserve qu'ils possèdent leur permet d'assurer des pièces de plus ou moins grande valeur et définit donc leur statut :

«Parce que bon, le problème du marchand c'est qu'il doit avoir une puissance financière suffisante pour faire un stock. Certains ont accumulé suffisamment d'argent... Le problème du marchand, c'est qu'il n'a jamais

*d'argent! C'est un marchand qui m'a dit ça un jour, j'ai trouvé ça très rigolo. Parce qu'un marchand dès qu'il a de l'argent il le met dans un objet. Et il peut immobiliser des sommes absolument considérables.»*²⁴⁸

Le nombre d'intermédiaires entre le producteur de l'objet et le marchand définit aussi le statut du marchand: les marchands à la sauvette, voire certains possesseurs de stands aux puces, s'approvisionnent directement sur le terrain et auprès des producteurs des objets, alors que les marchands avec le plus de fonds et les maisons de ventes se situent au bout de la chaîne d'approvisionnement. Finalement, Raymonde Moulin distingue aussi les négociants traditionnels des entrepreneurs (Moulin, 1967: 90): dans la pratique cependant, il est souvent difficile de différencier clairement les marchands de ces deux catégories. Il est par contre certain que quelques marchands font office, comme sur le marché de la peinture classique, de «*galleries leaders*» (Moulin, 1992: 47) et jouent sur les mêmes registres et mêmes prix que le duopole de Christie's et Sotheby's. Ces leaders jouissent de davantage de considération et de crédibilité.

Ces critères différencient les marchands, mais n'assurent cependant pas une place définie dans la pyramide: il existe des marchands proches des producteurs des objets qui vendent des objets à des prix élevés, des marchands avec beaucoup de fond de réserve mais situés en bas de l'échelle, etc.

Les catégories sont donc loin d'être imperméables et figées et outre les nombreux critères de différenciation et de structuration du réseau, les différents segments ne fonctionnent pas non plus uniquement sur le registre de la concurrence. Si cette dernière est parfois effectivement très rude, la collaboration est aussi la meilleure des armes et de nombreux liens se tissent entre les différents protagonistes: certains galeristes deviennent experts des ventes, tel Bernard Dulon pour Binoche et Giquello, Didier Claes, Lucas Rattou brièvement expert chez Artcurial, etc.; les marchands reconnaissent en outre l'importance des maisons de ventes dans la stabilisation du marché, grâce à la création de catalogues publics documentés et au nombre important de ressources mises à disposition pour les recherches sur les objets. De nombreuses transactions «inter-marchands» existent, car bien souvent les galeristes se réunissent pour diviser les risques. Le réseau est petit, mouvant, changeant, traversé d'alliances, de concurrences et ce sur différents segments de marché. La

²⁴⁸ Entretien avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

compétition est sévère, la hiérarchie très souvent stricte, mais en constante évolution: «*the better Brussels dealers, nearly all also collectors, are engaged in a continuous struggle for preeminence, for statut*»²⁴⁹ (Corbey, 1999: 5). Le marché est un monde en soi :

«*Le monde des marchands constitue un réseau avec ses codes, ses règles, ses personnalités prééminentes, celles dont la parole fait autorité parmi les autres marchands et collectionneurs. Au sein de ce monde se transmettent les objets convoités, suscitant selon les cas des sentiments d'admiration, de jalousie, ou d'amertume.*»²⁵⁰

Bilan

Cette cartographie a accordé une large préférence à la description et à l'analyse de la structure des marchés de l'art africain et océanien davantage qu'à celle des musées d'ethnographie. Cette différence d'attention est due à une lacune dans la recherche actuelle sur la situation et l'évolution des marchés de l'art africain et océanien qu'il m'a paru bon de rectifier. Sans une compréhension fine des relations entre marchands ainsi que des enjeux hiérarchiques, économiques et politiques sur les marchés mêmes, il semblait impossible d'effectuer une analyse pertinente des relations nouées entre marchands et musées.

Cependant, il me paraît crucial de souligner que cette sociographie du marché n'a pu s'opérer sans prendre en compte le musée: ainsi, les musées apparaissent comme les instruments phares de l'État pour réguler les dérives liées au surdéveloppement des marchés, renforçant – dans le champ des musées d'ethnographie – l'opposition naissante dans les années post-décolonisation entre privés et public. La construction de cette opposition ne peut cependant cacher des points communs entre ces deux sphères: une prééminence de certains goûts plutôt que d'autres tant dans les collections privées que publiques et la montée de tous côtés de l'événementiel et de l'offre d'activités liées à l'étude et à la présentation de ces collections. La division du travail entre marchés et musées qui se construit durant tout le xx^e siècle aboutit à une structure du marché

²⁴⁹ «*Les meilleurs marchands bruxellois, presque tous aussi collectionneurs, sont engagés dans une lutte continuelle pour la prééminence, pour le statut.*»

²⁵⁰ Entretien avec Manuel Valentin, chercheur au musée de l'Homme, à Paris, le 10 septembre 2014.

aujourd'hui caractérisée par une hiérarchie apparente entre les acteurs, mais où le principe d'étanchéité stricte n'existe pas. Tout d'abord, les lieux sont très connectés et fonctionnent selon un principe d'émulation, bien que leur stratégie soit quelque peu différente : davantage de galeristes et de salons à Bruxelles, et enchères prédominantes à Paris, ces deux systèmes de ventes étant encore transformés en « moments à ne pas manquer ». L'analyse de ces moments clés a montré qu'ils touchaient un public varié – amateurs d'art général, spécialistes de l'art africain, curieux, touristes, chercheurs – cette variété permettant d'ouvrir largement autant les marchés que les musées. Les publics se diversifient et naviguent entre offre événementielle muséale ou marchande. Si les rôles sont répartis et hiérarchisés, tout comme les publics, ils sont très variés et de nombreuses zones grises existent, permettant aux acteurs d'endosser plusieurs rôles à la fois, à tour de rôle, de se repositionner rapidement dans le champ, d'évoluer : le collectionneur-marchand-scientifique, l'ancien conservateur aujourd'hui galeriste, le chercheur responsable de département de maisons de ventes aux enchères, etc. Les rôles ne sont dans tous les cas pas définis par des connaissances spécifiques ou une formation stricte. Finalement, bien que les rôles soient variés et qu'une grande flexibilité existe, les acteurs naviguant sur cette carte ont tous deux points communs : premièrement, ils se définissent comme des intermédiaires et, deuxièmement, ils considèrent que chacun a une place définie au sein du champ et un rôle différent malgré « *des approches parallèles* »²⁵¹. « *Nous avons besoin des uns des autres* », rappelait Didier Claes.

²⁵¹ Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2015.

Chapitre 3

Poser les fondations d'une entreprise de valorisation : définir les rôles, créer les frontières, classer les objets

Un tel discours permettait au chercheur et au scientifique de se différencier du marchand-collectionneur et le confortait dans l'idée qu'il était libre, que sa pensée n'était pas asservie et orientée par l'argent et ses dérives négatives.

Entretien avec un chercheur du musée de l'Homme, 2014

Les éléments historiques saillants de la construction des marchés et de l'accroissement des collections des musées d'ethnographie se retrouvent aujourd'hui dans les caractéristiques de cette catégorie et des objets qui la composent : le champ est politiquement sensible et traversé d'aspects moraux importants qui pèsent sur le processus de catégorisation des acteurs.

Ce processus de construction des frontières entre acteurs est central à notre compréhension de la construction d'une catégorie spécifique d'objet et à ses caractéristiques, mais aussi à la définition de la valeur culturelle, financière, patrimoniale, etc. de ces objets. Nous verrons à travers la typologie des relations existantes entre musées et marchés comment se construisent ces frontières – postulées non spontanées mais construites socialement – et quels

sont les mécanismes mis en place pour les franchir (*boundaries crossing*), les brouiller (*boundaries blurring*) ou les déplacer (*boundaries shifting*)²⁵². Si les frontières entre acteurs peuvent être modifiées dans leur place, elles peuvent aussi l'être dans leur signification qui peut être amoindrie ou au contraire renforcée selon les situations. Par ailleurs, comme nous l'avons vu dans la sociographie du marché, des hiérarchies existent à l'intérieur des groupes qui peuvent entraîner des positionnements de frontières différents, voire des relations entre acteurs différentes.

Ces cadres posés permettent de comprendre le découpage du monde que les individus qui évoluent autour des objets ethnographiques se représentent : dans ce processus de catégorisation du monde dans lequel le classement des objets tient une place extrêmement importante. Ce classement est au fondement du processus de valorisation des objets, tout comme la confiance tissée – ou non – entre les différents individus qui, comme nous le verrons au chapitre 4, permet de fixer les prix sur un marché hautement spéculatif.

Spécificités du champ et caractéristiques actuelles

Dans le champ qui nous intéresse, quelques spécificités apparaissent par rapport aux objets d'art moderne ou d'art contemporain : l'héritage colonial et les questions postcoloniales, le spectre du trafic illicite, l'absence de l'artiste (entraînant une difficulté à dater les œuvres). Ces caractéristiques pèsent sur les processus de définition de la valeur et de valorisation des objets.

L'absence de l'artiste et la difficulté de datation

Ainsi, positionner les objets ethnographiques sur une échelle définie ne peut s'effectuer sur les mêmes modalités que les autres objets dits d'art, comme la singularisation des objets par leur attribution à un artiste (Lahire, 2015). Pour le champ qui nous concerne, la notion d'artiste a été quasiment inexistante jusqu'à très récemment²⁵³. Si un individu est relié à l'objet,

²⁵² Sur les stratégies de *boundaries making*, voir DIERMEN, Lukas van, *The Boundary-Making Approach as an Analytical Lens : a Literature Review*, bibliographie non publiée du cours Conflict Studies and Human Rights course in Utrecht, the Netherlands, 2017, 8 pages.

²⁵³ On observe depuis quelques années l'apparition – dans l'art africain non contemporain – de mentions désignant des artistes : ce ne sont jamais des noms, mais des épithètes désignant les maîtres de certains ateliers ou les caractéristiques de certains sculpteurs, le plus connu étant «Le maître de la coiffure en cascade».

c'est davantage un de ses possesseurs que son producteur ou, dans certains cas, la société productrice de l'objet entendue comme une entité homogène et personnalisée.

« Il n'y a pas de signature, c'est vraiment un challenge hyper intéressant, puisque sur ces objets d'art africain, on n'a pas de signature et on n'a pas de dates. Contrairement à mes collègues d'autres départements, où on peut dire "un dessin de Seurat de telle année" et ça suffirait quasiment à mettre un prix et à l'expliquer et à comprendre. L'art africain : pas de signature, pas de dates. »²⁵⁴

Si l'importance de la signature est peut-être exagérée par Marguerite de Sabran dans cet entretien (il est rare que la signature seule suffise à fixer un prix), le nom du producteur reste cependant généralement très important pour la fixation des prix des objets d'art. Pas de signature, pas d'artiste identifiable, et donc pas de singularisation des objets par leur auteur, comme le postule Bernard Lahire (2015), ni d'authenticité fixée par le lien entre l'objet et son créateur, comme l'affirmait Nathalie Heinich (1999).

Sans signature, il est en outre plus difficile de dater les objets, puisque l'absence d'artiste signifie aussi l'absence d'un indice solide sur la date de création de l'œuvre. Certaines datations sont néanmoins possibles, par l'identification de styles historiquement situés, ou par la datation des matériaux utilisés. Si cette dernière méthode permet de savoir de quand date le matériau, elle ne permet cependant que rarement de savoir quand celui-ci a été travaillé et donc quand l'objet a été créé. La datation se fonde principalement sur la documentation de l'histoire de l'objet, de son acquisition, de son éventuel passage enregistré dans des collections de musées, dans sa présence attestée à certaines ventes ou certaines expositions.

La marchandisation face aux tabous

La moralisation du champ est un constat régulièrement opéré par les acteurs lorsque l'on évoque les relations entre les musées et les marchés :

« Le problème des musées d'ethnographie, c'est qu'ils se posent des problématiques que ne se pose aucun autre musée. La question du travail avec les marchands : ça fait des années que les musées comme le Louvre

²⁵⁴ Entretien avec Marguerite de Sabran, Paris, le 4 janvier 2015.

travaillent avec des marchands qui leur vendent des pièces. Nulle part ailleurs on pose cette question. [...] C'est un problème général qui a lieu aussi ailleurs: L'Astrologue de Vermeer, il y a encore une estampille de la galerie à l'arrière! [...] On a l'impression que l'Afrique synthétise tout, que tous les objets qui étaient en Afrique ont forcément été pillés... Les estampes japonaises qui ont été achetées, est-ce qu'on peut dire que c'était du vol? Mais pour l'Afrique, par contre, c'est toujours cette question-là; colonisation implique toujours vol. Comme s'il y avait une espèce de no man's land où tous les problèmes muséaux réels ou inventés se focalisaient sur les musées d'ethno.»²⁵⁵

Les objets ethnographiques appartiennent à une catégorie spécifique d'objets: ils sont considérés comme des objets d'art par certains groupes d'acteurs, mais sont aussi des objets qui appartenaient encore récemment à d'autres groupes sociaux et peuvent, en outre, s'augmenter d'un aspect sacré très important: ils ne sont ainsi de loin pas similaires à toutes les marchandises échangées sur les marchés, voire même très spécifiques par rapport aux objets échangés sur les marchés d'art en général. Comme le rappelle Michel Callon, ces objets empruntent ainsi normalement des circuits différents des objets classiques, ces circuits étant généralement considérés comme non marchands:

«Il est toujours possible, au moins en principe, de soustraire certains biens à la marchandisation en les incluant dans des systèmes de relations sociales et des cadres institutionnels qui l'interdisent. Le tri, faut-il le répéter, ne se fait pas entre des entités naturellement passives qui seraient inévitablement vouées, quoi qu'on en fasse, à devenir un jour ou l'autre des marchandises et des entités naturellement actives (les agents) qui s'en saisiraient pour leur profit, mais en des espaces socialement constitués qui imposent leurs règles de circulation.» (Callon, 2017: 66)

Ainsi, Michel Callon prend pour exemple la famille qui fait partie de ces circuits non marchands en France, puisque l'on considère que vendre ses enfants ou ses parents n'est moralement pas acceptable, voire tabou (Callon, 2017: 66). C'est là un enjeu fondamental du champ: la marchandisation de l'objet – leur entrée dans des circuits marchands – implique des considérations morales importantes et l'achat et la vente d'un bien doivent être régulés moralement. Les objets ethnographiques, qui appartiennent

²⁵⁵ Entretien avec un conservateur en 2014.

au champ de la culture, sont doublement touchés par l'exclusion de la marchandisation : tout d'abord, l'argent est historiquement et socialement considéré comme devant être séparé de l'art ou de la culture. Même si cette situation a évolué, ces représentations restent encore fortement ancrées aujourd'hui dans des discours visant justement à légitimer ou délégitimer certaines pratiques. Deuxièmement, la possession et l'exposition d'objets par des sociétés autres que celles qui les ont produits, ainsi que l'histoire coloniale et le contexte souvent violent d'acquisition de ces objets, font naître une culpabilité dont les acteurs du champ ne savent parfois que faire. Cette culpabilité fait peser plus lourdement la responsabilité d'un patrimoine « *qui aujourd'hui nous appartient, mais qui n'est pas le nôtre* » (Hertz, 2002) que dans d'autres champs artistiques, ou est en tout cas ressentie comme telle.

L'histoire de l'acquisition de ces objets et le passé colonial sont ici des éléments centraux : l'épisode du Kono rapporté par Michel Leiris est régulièrement cité pour illustrer la façon dont les objets ethnographiques ont été rapportés en Europe. Cependant, le présent aussi fait l'objet de critique : le trafic illicite est encore fréquent actuellement comme le rappellent de nombreuses publications ou interventions sur le sujet. La réflexion qui s'est développée peu à peu dans les années 1980 sur la réglementation de la circulation des biens, ainsi que sur les potentielles restitutions, font évidemment peser sur le champ des enjeux politiques et économiques ainsi qu'une forme de culpabilité coloniale. Ces sentiments imprègnent les objets d'enjeux moraux importants sur ce qu'il convient de faire ou non, sur les pratiques à adopter ou à proscrire, sur la classification des acteurs éthiquement responsables et de ceux condamnables.

Dans le champ de l'objet ethnographique, les acteurs développent ainsi des stratégies qui leur permettent de rendre leurs pratiques de marchandisation des biens culturels conformes à leurs principes moraux, voire à fixer et à délimiter les pratiques moralement acceptables de celles moralement contestables. Ces stratégies passent, comme l'avaient proposé Arjun Appadurai et Igor Kopytoff (2014 [1986]), par une approche situationnelle : les biens peuvent être considérés comme des marchandises à certains moments et non à d'autres, solutionnant ainsi en partie les problèmes moraux que les échanges d'objets ethnographiques peuvent développer. Dans ce cas, les objets sont alors constamment soumis aux forces qui leur permettent de basculer dans la catégorie moralement échangeable et d'être « *détachés* » d'un état. Le basculement de ce statut de l'objet implique aussi le changement de statut des acteurs concernés.

Deux statuts peuvent être ainsi accordés à l'objet, chacun à un groupe d'acteurs : l'objet est immobilisé dans les musées, et mis en circulation sur les marchés. Il est intéressant de noter que la moralisation du statut de l'objet passe par la justification des pratiques relatives – immobilisation et circulation – et donc par la moralisation des acteurs mêmes, deux possibilités dont j'ai observé qu'elles étaient souvent opposées : lorsque le musée est moral, le marché ne l'est pas ; lorsque le marché est moral, le musée ne l'est pas.

Le musée moral face au marché immoral

Ce premier discours observé sur ce terrain de recherche se fonde sur des représentations relativement classiques exposées au premier chapitre de ce travail, considérant l'art et la culture comme des activités détachées des considérations économiques, et l'argent comme avilissant : « *Il y a cette barrière entre fonctionnaires gauchistes et les sales capitalistes de marchands* »²⁵⁶. Bien que largement nuancées, voire déconstruites dans la recherche, ces représentations sont toujours mobilisées dans certains discours aujourd'hui et cette strate symbolique se double d'une strate légale, lorsque l'argument mobilise la question du trafic illicite des biens culturels :

*« Il y a eu une sorte de façade où il fallait montrer que voilà “non, nous on a une éthique, une déontologie, on n'a rien à voir avec le système du marché, pécunier, vénal, les profits, l'argent ce n'est pas beau.” C'était un peu idéaliste, un peu niais... Mais voilà, un tel discours permettait au chercheur et au scientifique de se différencier du marchand-collectionneur et le confortait dans l'idée qu'il était libre, que sa pensée n'était pas asservie et orientée par l'argent et ses dérives négatives. »*²⁵⁷

L'argument principal repose en grande partie sur les liens entre l'existence des marchés, même légaux, et du trafic illicite : cet argument déconsidère moralement les marchés – ils favorisent les pratiques illégales – et plaide pour un rôle important de l'institution muséale – elle protège les objets. Cette division du travail construite dans les années d'après-guerre perdue aujourd'hui et ces discours se retrouvent largement du

²⁵⁶ Entretien avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

²⁵⁷ Entretien avec Manuel Valentin, chercheur au musée de l'Homme à Paris, le 10 septembre 2014.

côté des musées d'ethnographie, mais aussi des musées en général, où il n'est pas rare d'entendre que si les marchands disparaissaient, le trafic illicite disparaîtrait automatiquement²⁵⁸. Le pillage est, au-delà de son caractère illégal, considéré comme complètement opposé aux objectifs des institutions muséales, vouées à protéger les objets mais aussi à les documenter : le pillage, décontextualisant l'objet, annihilant son contexte de fouille ou de découverte, est considéré comme « *catastrophique* »²⁵⁹ par les acteurs des institutions culturelles.

Dans cette argumentation, le rôle du musée est clair : il est le gardien des connaissances et le lieu où elles peuvent se développer à l'abri de tout biais ou orientation, la machinerie muséale décidant de ce qui est digne d'être conservé et labellisant certains objets comme « authentiques ». Il est ainsi tentant, comme le rappellent Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008 : 291), « *d'opposer le musée comme lieu de présentation objective et savante à la collection privée comme domaine de la pure réappropriation subjective et fantasmatique* ».

Cependant, les stratégies muséales diffèrent entre les musées d'ethnographie, le musée ne pouvant s'extraire d'une part d'imaginaire et endosser une neutralité scientifique complète. Si le musée incarne la vérité scientifique, cette dernière a été largement déconstruite ces dernières années, la recherche soulignant au contraire les cadres de croyances dans lesquels les réflexions scientifiques émergent (Lahire, 2015 ; Latour, 1995 ; Latour et Woolgar, 1988).

Si le musée n'est que le reflet des pratiques et des représentations des acteurs impliqués dans son fonctionnement, l'institution devient alors critiquable et peut être remise en question, fournissant là l'amorce d'un discours justificatif dont se sont emparés les marchés de l'art africain et océanien ces dernières années.

²⁵⁸ Ce *topos* se retrouve par exemple du côté des commissions d'éthique ou de lutte contre le trafic illicite, comme l'Observatoire international du trafic illicite des biens culturels de l'ICOM dirigé par France Desmarais, selon laquelle éradiquer le marché est un des seuls moyens d'arrêter le trafic. Ce discours est tenu dans de nombreux médias depuis la création de l'Observatoire en 2013, par exemple dans l'émission *Grand Angle* de TV5 Monde le 27 décembre 2015, ou plus récemment lors du Salon international des Livres d'art et des Objets d'art, lors de la table ronde « La protection des biens culturels et des objets d'art en temps de conflits » où le discours de France Desmarais avait été résumé sur Twitter en « S'il n'y a pas de marché, il n'y a pas de pillers » (13 avril 2018).

²⁵⁹ Entretien avec André Delpuech à Paris, le 29 octobre 2015.

Le marché moral face au musée immoral

Le deuxième discours observé sur ce terrain et impliquant des stratégies de moralisation oppose dans son procédé argumentatif les pratiques des musées, remises en question, aux pratiques des marchés, jugées bénéfiques pour le champ. Loin de juger de la pertinence ou d'évaluer la justesse de ces arguments, il est intéressant d'observer comment s'opèrent ces tentatives de moralisation des pratiques marchandes. Plusieurs stratégies sont appliquées : annihiler la présence de l'argent, tenter d'auto-réguler et d'auto-évaluer sa pratique et, en miroir, dévaluer la pratique muséale considérée comme l'alternative à la circulation des biens.

La première stratégie consiste donc à oblitérer complètement la présence de l'argent dans le champ, une stratégie déjà relevée par Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini dans le monde des collectionneurs (2008) : le rapport à l'argent est nié, car il avilit l'objet en le réduisant à une marchandise. Cependant, le prix d'échange est considéré comme révélateur de la valeur de l'objet et est lié à la reconnaissance des objets et donc des populations productrices. L'annihilation du rapport à l'argent et le fait de reconnaître la valeur d'un objet en déboursant des sommes importantes peuvent sembler paradoxaux. Cependant, au sein des marchés, ce paradoxe se résout avec l'argument que les sommes élevées témoignent justement du détachement des hommes face à l'argent : la somme déboursée n'a plus d'importance, lorsque l'on est face à des objets réellement authentiques.

Une deuxième stratégie des marchés est de créer des outils d'auto-régulation et d'auto-évaluation : des codes de déontologie au sein des associations professionnelles, comme le *Recueil d'obligations déontologiques des opérateurs de ventes* édité par le Conseil des ventes volontaires (2011), ou même l'application d'une « éthique volontaire », comme le défend Catherine Chadelat, présidente du Conseil des ventes volontaires²⁶⁰. Les maisons de ventes aux enchères créent aussi des départements qui garantissent que les objets présentés ont été acquis dans la légalité et un cadre déontologique fixé. Ainsi, en 1998, à la suite de divers incidents, la maison mère de Sotheby's fait effectuer des audits de ses pratiques

²⁶⁰ Comme lors du colloque *Éthique et patrimoine culturel* qui s'est tenu à l'École du Louvre les 20 et 21 octobre 2015.

commerciales qui aboutissent à un code de bonne conduite et d'éthique des pratiques commerciales²⁶¹.

Finalement, la stratégie la plus importante est la dévaluation de l'institution muséale. Ces arguments se fondent sur l'histoire spécifique de la constitution des collections ethnographiques : l'ancrage de ces musées dans des pratiques et des dispositifs visant à démontrer la supériorité technique et intellectuelle de l'Occident (les expositions universelles), les collectes et les missions ethnographiques relevant du pillage des objets, les liens entre musées d'ethnographie et colonialisme, les méthodes employées par certains ethnologues, comme nous l'avons vu pour Griaule qui expliquait « *extraire l'information aux indigènes récalcitrants* » (1952 : 545), etc. L'actualité n'est pas en reste non plus et les collectes effectuées aujourd'hui par les expéditions scientifiques sont aussi souvent l'occasion pour les marchands de pointer des pratiques discutables des musées d'ethnographie : les comportements de certains conservateurs ou scientifiques parfois surpris à « emprunter » des objets dans les collections, les libertés prises par les conservateurs par le passé avec les marchés, etc. Ces pratiques sont relativement taboues au sein des institutions muséales, bien que généralement (re)connues par le personnel des musées :

*« Il y a eu quelquefois des choses qui n'ont pas été non plus, il y avait des libertés qui ont été prises par les conservateurs de musée qui ont été terribles aussi, il faut le reconnaître. Par exemple, il y a des choses qui se sont passées dans beaucoup de musées d'ethno, comme des arrangements faits avec les marchands qui proposaient des objets, et en échange, le musée ne payait pas, mais il désinscrivait une de ses pièces. Là, par exemple, c'est malhonnête. »*²⁶²

Si ces pratiques permettent aux acteurs des marchés de contre-argumenter face aux discours institutionnels plaidant pour l'abolition du marché de l'art et pour un rôle renforcé des musées en tant que gardiens des objets, elles permettent aussi aux marchés de se positionner dans le champ comme des instances pouvant apporter quelque chose aux objets ethnographiques. Dans cette veine argumentative, le marché peut dynamiser la recherche et

²⁶¹ *Code of conduct*, dernière version datée de 2021 disponible en ligne sur : <https://www.sothebys.com/en/docs/pdf/code-of-conduct-2021.pdf>.

²⁶² Extrait d'un entretien avec un conservateur de musée. Un autre conservateur m'expliquait aussi, lors d'un entretien informel qui restera anonyme, observer quasi systématiquement la disparition d'objets de petite taille (breloques, bijoux, etc.) après le passage de collègues venus étudier les collections, comme s'ils avaient besoin de garder un « souvenir ».

la diffusion de la connaissance sur ces objets : sur le « *Miami model* »²⁶³, qui voit la réalisation par des entreprises privées de musées et de fondations, ou l'aide des marchés dans la création ou la rénovation de musées. Les arguments du monde commercial visent bien souvent à souligner le potentiel que la circulation des objets pourrait générer : davantage de fonds pour la recherche et la documentation, pour l'exposition, etc. « *Si on sollicitait les privés, on pourrait faire quatre, cinq quai Branly ! Et d'un niveau bien supérieur* », plaidait un marchand lors d'un entretien²⁶⁴.

En outre, le marché peut contribuer à la sauvegarde et à la conservation de ces objets et à leur reconnaissance : l'achat des objets et leur sortie des territoires où ils sont produits, souvent considérés comme dangereux, sont perçus et défendus comme des moyens de sauvegarde. Dans un contexte où les institutions culturelles et muséales reprochent souvent aux marchés de permettre, si ce n'est même de soutenir, les trafics illicites, les acteurs des marchés répliquent que les musées aussi ont sorti des objets des pays avec les mêmes arguments : les sauver de l'oubli et de la destruction. Cet argument est en outre souvent mobilisé par les institutions muséales pour freiner les restitutions d'objets. Si les acquisitions des musées d'ethnographie sont recontextualisées, dans un contexte historique défini, les débats en cours sur la restitution des biens culturels et l'opposition souvent active des musées à ces retours, ou du moins leurs réticences à rendre des objets, permettent aux marchés de se défendre d'avoir des pratiques différentes de celles en usage dans les musées.

Ces deux positionnements où s'affrontent dans les discours les marchés et les musées nous montrent que l'organisation morale du champ se découpe aussi en plusieurs strates : un niveau éthique et déontologique, premièrement, un niveau légal, deuxièmement et, finalement, un niveau politique. Des faisceaux de droits différents se croisent dans les discours, certains fournissant les bases d'autres. En effet, une pratique jugée immorale n'est pas forcément illégale et une pratique juridiquement valable n'est pas toujours considérée comme légitime.

²⁶³ Le terme « *Miami model* » est utilisé pour désigner les collections privées d'art contemporain ayant ouvert leurs portes au public dans les villes de Floride, comme celle des familles Rubell, de la Cruz. Par extension, le terme a été réutilisé pour désigner l'exemple par excellence d'initiatives privées supplantant le public.

²⁶⁴ Entretien avec Christophe de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

Un champ politiquement sensible

Nous avons vu comment, historiquement déjà, la constitution des collections puis les paradigmes de leur exposition étaient sous-tendus par des contextes politiques, comme dans le cas des paradigmes assimilationniste et universaliste liés aux ambitions politiques de l'Allemagne et de la France. L'acquisition des objets n'échappe pas non plus à cette règle et influence les relations entre musées et marchés de l'art. Ainsi, par exemple, André Delpuech, alors responsable des collections Amériques du musée du quai Branly – Jacques Chirac, expliquait lors d'un entretien ne pas acheter des objets précolombiens lors d'une vente aux enchères, même si celle-ci est parfaitement légale et que les objets proposés sont aux mains de propriétaires légitimes. Selon la Convention de l'Unesco sur la protection des biens culturels ratifiée par la France et selon le droit français, leur vente et leur achat par un musée sont parfaitement légaux. Cependant, la sortie de ces objets de leur territoire est très certainement le fait de pillages et le code de déontologie de l'ICOM, voire l'éthique personnelle de certains conservateurs, interdit d'encourager le marché noir et le trafic illicite. Finalement, la couche politique s'ajoute à ce retrait du musée dans l'achat potentiel : les États désirent entretenir des relations sereines et apaisées, ce qu'une acquisition déontologiquement contestable risquerait d'ébranler – et les conservateurs en sont conscients : « *si demain j'achète une pièce un million d'euros aux enchères ici à Paris, ça risque de faire un scandale dans la presse, donc c'est une situation très délicate.* »²⁶⁵

La volonté de justice est au centre de ces implications politiques, un argument aussi repris par les marchés, qui justifient la circulation des biens et les prix élevés par la reconnaissance ainsi donnée aux sociétés productrices de ces objets. La connaissance est ici, à nouveau, au cœur du processus : pas de reconnaissance, sans connaissance des objets.

Des biens en voie de légitimation

Raymonde Moulin (1967) identifie dans sa classification des marchés celui des artistes en voie de légitimation. Pour le cas de l'art contemporain, celui-ci est défini comme le segment qui « *rassemble les artistes qui*

²⁶⁵ Entretien avec André Delpuech à Paris, le 29 octobre 2015.

respectent la convention d'originalité mais qui n'ont qu'une relative notoriété» (Moureau et Sagot-Duvauroux, 2016). Cette définition du terme «en voie de légitimation» ne semble pas applicable au marché des objets ethnographiques, dont l'artiste est souvent inconnu et dont la «convention d'originalité» n'est pas le cadre de référence. Cependant, cette expression est selon moi tout de même applicable à ce champ pour deux raisons : premièrement, parce que la mise en place de critères de valeur, la qualification de certaines instances en tant que légitimatrices et la fixation d'une convention commune sont encore cours ; deuxièmement, parce que son entrée dans le champ de l'art et la considération que les objets qui en font partie sont bien des œuvres d'art est relativement récente, si ce n'est encore partiellement inaboutie.

Le champ possède des spécificités qui empêchent les acteurs de se calquer totalement sur les cadres de références déjà employés et qui nécessitent la création de nouveaux cadres dont l'enjeu est double : légitimer les objets comme appartenant au champ artistique et fixer les critères de valeurs des objets.

Typologie des relations entre musées et marchés

Malgré des logiques de concurrence, voire des rancunes, tant du côté des marchés que de celui des musées, les acteurs disent avoir besoin les uns des autres. Marguerite de Sabran, directrice du département d'art africain et océanien chez Sotheby's, souligne les «*dynamiques parallèles*» que tous les acteurs du secteur suivent, selon elle :

«Quand le quai Branly fait une exposition sur les mains de maîtres de la Côte d'Ivoire, on est dans la même dynamique. Ça ne veut pas dire qu'on s'est parlé, mais en tous les cas, les dynamiques sont à peu près les mêmes, je pense. C'est pour ça aussi qu'on a des rapports, en dehors de la collaboration très précise sur les expositions. On se parle, on se voit et les gens qu'on fait travailler sur les textes de nos catalogues sont des gens qui travaillent aussi pour les musées : on a les mêmes réseaux d'informations, on n'est pas opposés dans nos engagements, dans nos visions ou dans la façon dont on défend les choses.»²⁶⁶

²⁶⁶ Entretien mené à Paris, le 4 janvier 2016.

Son discours rappelle que musées et marchés ne collaborent pas uniquement lors d'achats ou lors de prêts pour des expositions. En partant des observations empiriques faites sur mon terrain de recherche, je vais décrire les différents types de relations dans lesquelles musées et marchés sont engagés de façon à disséquer, dans un second temps, ce que ces relations – ou l'absence de relations dans certains cas – disent du fonctionnement des musées d'ethnographie et des marchés de l'art africain et océanien aujourd'hui. La seconde partie examine pourquoi les discours des acteurs se focalisent sur des catégories relativement strictes et quels sont les enjeux de ces processus de construction de frontières.

Il est tout d'abord intéressant de souligner que dans la plupart des enquêtes menées sur ce terrain, si différents types de relations entre musées et marchés ont émergé, les acteurs se sont en général focalisés sur les achats: ils évoquent ainsi les achats qui ont lieu, mais aussi et surtout ceux qui n'ont pas lieu. C'est qu'il existe d'une part de nombreux marchands qui refusent d'entretenir des liens avec les musées ou qui n'en ont jamais l'occasion; d'autre part, certaines institutions muséales soulignent officiellement leur absence de relations avec des intermédiaires du marché de l'art, comme le musée de l'Homme ou le Musée d'ethnographie de Neuchâtel, dont le conservateur, Marc-Olivier Gonseth spécifiait dans un entretien :

«Je pourrais ajouter que nous avons collectivement renoncé à appliquer la recette que Jacques [Hainard, précédent directeur du musée] avait adoptée, à savoir recevoir régulièrement au musée au moins un collecteur d'objets (africains en l'occurrence) et lui acheter quelques pièces en fonction du budget disponible et d'appréciations plus ou moins pertinentes quant à la qualité des objets présentés et à la possibilité qu'ils offriraient de "compléter" les séries déjà présentes dans les collections.»²⁶⁷

D'autre part, certains acteurs de ces institutions, à titre individuel souvent, affirment leur volonté de ne pas développer ce type de liens. Cependant, des activités parallèles, marginales, plus nuancées apparaissent toujours: *«Certains de mes collègues ont fait des conférences pour, je pense, le Parcours des Mondes»*; *«On a des rapports avec certaines galeries, ça se sait»²⁶⁸*; *«Tout marchand un peu consciencieux, qui a un certain niveau de qualité et de notoriété et qui a le courage d'aller voir les musées et*

²⁶⁷ Entretien avec Marc-Olivier Gonseth à Neuchâtel, le 28 janvier 2016.

²⁶⁸ Entretien avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

d'établir des contacts avec eux, a bien sûr des relations commerciales avec les musées.»²⁶⁹

Quelles sont alors ces activités marginales ou différentes de l'achat à proprement parler ? Après avoir passé en revue les motifs des achats et leurs modalités, ce chapitre s'attache à décrire les activités au sein desquelles naissent des formes complexes de liens et d'échanges : les expositions, les publications, les expertises, mais aussi le mécénat de marchands ou le rôle des Sociétés des Amis.

Quand il y a un acheteur et un vendeur

La première zone d'activité dans laquelle les musées et marchés entrent en contact est bien évidemment l'acquisition d'objets pour l'enrichissement des collections muséales. Toutes les institutions n'ont pas la même politique d'acquisition (quand ils en ont établi une), mais il est rare qu'un musée n'acquière pas du tout, puisque l'acquisition est même citée comme une des missions du musée dans la définition proposée par l'ICOM²⁷⁰. Preuve en est que toutes les institutions de l'échantillon ont acheté des objets entre 2013 et 2017. Toutes n'ont cependant pas suivi la même procédure ou la même politique.

Pourquoi acheter ?

Notons en préambule que les achats des musées sur le marché ne se sont pas tous effectués dans les mêmes proportions : si les musées d'ethnographie achètent dans l'ensemble peu – une poignée d'objets chaque année –, le musée du quai Branly – Jacques Chirac se distingue par le nombre important d'acquisitions par an – plus d'une centaine pour les objets hors iconographie, plus de mille, iconographie comprise²⁷¹. Les institutions se différencient aussi par les types d'objets acquis et les critères de sélection : «*les pièces majeures et esthétiques*» pour le musée

²⁶⁹ Entretien avec Pierre Loos à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

²⁷⁰ Définition du 24 août 2007, <https://icom.museum/fr/ressources/normes-et-lignes-directrices/definition-du-musee/> [consulté le 20 novembre 2022].

²⁷¹ Voir les rapports d'activité du MQB (2013-2016), consultés sur leur site le 18 avril 2018 (actuellement hors ligne).

du quai Branly – Jacques Chirac, car «*le choix esthétique de grandes icônes est la marque du musée du quai Branly – Jacques Chirac*»²⁷². Du côté du musée de l'Homme, les collections ethnographiques ont été annexées par le musée du quai Branly – Jacques Chirac au moment de sa fondation, mais la décision de reconstituer des collections est prise en 2008 lorsqu'est créé le groupe de réflexion sur le futur du musée de l'Homme. Les objets doivent cependant rentrer dans certaines catégories: produits des traitements techniques des matières; outils dans le rapport de l'homme à son environnement; porteurs des représentations de l'environnement; médiateurs dans les relations de l'homme au surnaturel; marqueurs des spécificités culturelles du corps humain; résultats d'échanges dans le contexte de la mondialisation²⁷³. «*L'art pour l'art, c'est fini*», précisait Tatiana Fougal, co-responsable de l'équipe anthropologie évolutive au musée de l'Homme et commissaire générale de l'exposition permanente²⁷⁴, soulignant la différence avec la politique d'acquisition du musée du quai Branly – Jacques Chirac, mais aussi la différence avec une éventuelle politique passée, centrée sur des pièces dont l'intérêt ne reposait que sur leurs qualités formelles.

Du côté belge, les rapports des commissions d'acquisition du Musée royal de l'Afrique centrale donnent quelques informations sur les objets achetés et les critères d'acquisition: l'usage encore actuel de l'objet, l'historique et la provenance documentés, un intérêt pour la recherche en cours dans le domaine, mais aussi pour l'exposition de référence du musée ou les possibilités de publications et, finalement, les prix jugés corrects ou raisonnables. Le Musée d'ethnographie de Genève et celui de Neuchâtel achètent aussi régulièrement, bien que selon des politiques complètement différentes: si celui de Genève acquiert des objets majoritairement non européens, le musée de Neuchâtel suit une politique d'acquisition très orientée en direction de l'Europe contemporaine²⁷⁵.

Les motifs d'achats peuvent donc être divers et leur observation montre, pour les musées de l'échantillon de recherche du moins, des choix qui orientent différemment les collections et, par conséquent, les politiques

²⁷² Projet scientifique et culturel du MQB, 2016, consultés sur leur site le 18 avril 2018 (actuellement hors ligne).

²⁷³ Documentation interne sur la politique d'acquisition.

²⁷⁴ Entretien mené à Paris, le 18 février 2016.

²⁷⁵ Voir par exemple le détail fait par GONSETH Marc-Olivier, «Un atelier expographique...», in: GONSETH Marc-Olivier, HAINARD Jacques, KAEHR Roland (éd.), *100 ans d'ethnographie sur la colline de Saint-Nicolas: 1904-2004*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie, 2005, p. 188.

générales des institutions. Le premier élément important est le lien à la recherche qui s'effectue au sein du musée seul ou en collaboration avec des partenaires académiques : si le musée de l'Homme et le Musée royal de l'Afrique centrale plébiscitent des objets en lien avec les thématiques de recherche, cet axe n'apparaît pas fortement dans la politique du musée du quai Branly – Jacques Chirac. Le concept de musée-laboratoire pèse ici fortement sur la politique d'acquisition et bien que le musée du quai Branly – Jacques Chirac possède un département de recherche, ce dernier n'est pas assez intégré au musée pour que les terrains des chercheurs influencent de manière décisive les acquisitions.

Un motif important est aussi la place que l'objet peut trouver au sein d'une exposition future ou de référence de l'institution. Ce critère est prédominant dans la politique d'achat du Musée d'ethnographie de Neuchâtel, par exemple, où une grande partie des objets achetés chaque année le sont pour compléter des expositions²⁷⁶. En raison du renouvellement des expositions, la politique d'acquisition peut donc se modifier suivant les années où les moments de vie d'un musée : comme le rappelait Hélène Joubert, conservatrice des collections Afrique au MQB, la politique d'acquisition du musée au moment de l'ouverture du Pavillon des Sessions au Louvre s'est focalisée sur l'acquisition de chefs-d'œuvre, alors que la réflexion sur le parcours de l'exposition de référence du musée a mené à l'acquisition d'objets pour combler certaines lacunes et tendre à une exhaustivité²⁷⁷. Le « potentiel expographique » d'un objet est même devenu dans certains cas un argument majeur de son acquisition : si l'objet ne peut être exposé, il n'a aucun intérêt, comme le note Philippe Peltier : *« Ce que je vais acheter là, je n'arriverai pas à les présenter, donc ça ne vaut pas la peine que je les achète. Je ne les présenterai jamais. »*²⁷⁸

Cet argument semble prendre le pas sur le « potentiel documentaire » de l'objet ou son apport à la recherche. Les politiques d'acquisition illustrent

²⁷⁶ Voir ainsi les acquisitions enregistrées en 2014, dont la majorité constitue des objets de l'exposition *Hors-Champs*. Le dernier achat à un marchand s'est d'ailleurs effectué dans le cadre de la préparation de l'exposition *Figure de l'artifice* comme le confirme Marc-Olivier Gonseth au sujet d'un masque wè (MEN 06.65.1) : *« Le nouveau principe que nous avons adopté était de déterminer les thématiques que nous comptions développer et d'examiner ensuite s'il y avait lieu d'intégrer des objets que nous n'aurions pas déjà et qui seraient susceptibles de porter ces thématiques dans une exposition. Nous avons selon ce principe acheté en 2006 au même marchand africain de passage un masque wè qui a immédiatement pris place dans un espace de l'exposition Figures de l'artifice consacré à l'Homme augmenté. »*

²⁷⁷ Entretien avec Hélène Joubert mené à Paris, le 9 septembre 2014.

²⁷⁸ Entretien avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

donc de manière plus générale la vision du rôle de l'institution et du musée d'ethnographie : orienté recherche ou orienté exposition. Ces motifs d'acquisition répondent aux principales missions du musée : acquérir, documenter, transmettre. Cependant, l'équilibre entre les axes semble dans la pratique parfois difficile à maintenir.

En outre, se pose la question de se concentrer sur certains points forts des collections, pour définir des pôles d'excellence de l'institution, ou de constituer des collections représentatives et relativement exhaustives des sociétés des cinq continents. Tatiana Fougal relève l'importance de connaître et de consulter les collections des autres musées d'ethnographie avant d'acquérir un objet : *« il faut veiller à ce que les collections des différents musées ne se répètent pas, il faut définir notre pôle d'excellence, il faut que les collections soient complémentaires et cohérentes par rapport au réseau des musées européens. »*²⁷⁹ Cet objectif de complémentarité peut parfois entrer en conflit avec l'axe d'acquisition propre au musée ; ainsi, dans un contexte où les musées ont acquis des pièces relativement identiques, en raison d'une forme de formatage du goût ou des pays plébiscités²⁸⁰, acquérir des objets encore peu représentés dans les musées d'ethnographie européens signifie souvent ouvrir de nouveaux horizons géographiques ou thématiques au sein des collections. C'est la décision prise par le Musée royal de l'Afrique centrale, par exemple, lors de l'acquisition en 2013 d'objets Jiye²⁸¹. Les objets étaient les premiers de ce type au MRAC, mais aussi dans les musées européens et sortaient de la zone géographique historiquement et normalement plébiscitée par le MRAC (l'Afrique centrale, même si encore une fois cette limitation géographique a connu de nombreuses reconfigurations).

L'intérêt des musées à se positionner en complémentarité les uns des autres témoigne aussi d'une forme de concurrence entre institutions et d'une participation du musée à la construction identitaire de la ville, voire de la nation (Doyen et Reubi, 2017) : cette forme de concurrence entre les institutions, et donc de concurrence entre les discours scientifiques proposés,

²⁷⁹ Entretien mené à Paris, le 18 février 2016.

²⁸⁰ Sur le formatage des collections ethnographiques, voir l'article co-écrit avec Serge Reubi sur l'histoire des fondations des musées d'ethnographie et les raisons qui ont poussé scientifiques et politiques à acquérir des ensembles relativement identiques (« Les réseaux de donateurs et de marchands des musées ethnographiques suisses dans les processus d'acquisition : définir le savant et construire la ville », in BRAIT Andrea, FRÜH Anja (éd.), *Lieux des négociations politiques de l'histoire : l'évolution des musées d'ethnographie et d'histoire*, Bâle, Schwabe & Société suisse d'histoire, 2017, pp. 91-107).

²⁸¹ Rapport de la réunion de la *Humanities Collection Commission* du 16 avril 2013, document interne, archives du MRAC.

est particulièrement prégnante dans le cas des musées d'ethnographie où plusieurs discours sur le rôle des objets et leur valeur cohabitent. La politique d'acquisition des musées d'ethnographie se construit donc autour de l'histoire de l'institution elle-même, mais aussi par opposition ou collaboration avec les autres musées, comme en témoignent la réflexion et le discours sur la politique d'acquisition du musée de l'Homme où une opposition entretenue avec le quai Branly – Jacques Chirac persiste : « *contrairement au musée du quai Branly, le Museum n'a pas de relations avec les antiquaires* » ; « *contrairement au musée du quai Branly – Jacques Chirac, le Museum a un budget d'acquisition très restreint* »²⁸² ; etc.

Enfin, il est intéressant de noter que ces rapports, décisions de comité ou documents explicatifs sur les politiques d'acquisition des musées d'ethnographie différencient aussi les types d'achats en distinguant les achats faits auprès d'intermédiaires et les achats faits sur les terrains de recherche des ethnologues. Ces derniers sont souvent dénommés « *collecte* » plutôt qu'« *achat* ». Ainsi, le deuxième axe d'acquisition du musée du quai Branly – Jacques Chirac spécifie qu'il s'intéresse aussi aux « *acquisitions, peu onéreuses, en envoyant notamment des conservateurs sur le terrain à l'exemple des "enquêtes-collectes"* »²⁸³. Le Musée d'ethnographie de Neuchâtel a pour habitude de travailler en collaboration avec l'Institut d'ethnologie voisin et de solliciter les chercheurs lors de leurs recherches de terrain : aujourd'hui, plusieurs collections proviennent de ces achats et quelques objets sont présentés dans l'exposition de référence *L'Impermanence des choses*²⁸⁴. Cette modalité d'acquisition est par contre souvent peu détaillée : s'il est convenu qu'une collecte s'applique lorsque l'ethnologue acquiert des objets sur le terrain, il n'est que rarement spécifié si ce dernier achète les objets (et si, le cas échéant, un budget spécifique est prévu), s'il les échange (et alors contre quoi), tente de se les faire offrir, etc. Cette pratique reste donc peu formalisée et si les achats aux marchands sont parfois considérés comme problématiques, les achats sur le terrain sont très rarement remis en

²⁸² Extraits d'entretiens menés avec des chercheurs et conservateurs du musée de l'Homme entre 2014 et 2016.

²⁸³ Comme l'ont confirmé les conservateurs lors des entretiens, notamment Julien Rousseau pour l'Asie (entretien mené le 14 octobre 2014 à Paris), Hélène Joubert pour l'Afrique (entretien mené le 9 septembre 2014 à Paris) ou Magali Mélandri pour l'Océanie : « *Par exemple, quand je suis partie aux Salomon pour la préparation de mon exposition, j'ai en même temps fait une collecte de monnaies coutumières.* » (entretien mené à Paris le 10 décembre 2015)

²⁸⁴ Les objets en lien avec les cultes des saints collectés par David Bozzini en Italie ou les peintures d'art sans collectées par Leila Baracchini sur son terrain de thèse, par exemple.

question ou dénigrés et illustrent le poids de l'histoire de la discipline et de ces musées, constitués en grande partie grâce aux collectes sur le terrain. La collecte fait partie du travail d'ethnologue et est mise en valeur, car elle annihilerait le nombre d'intermédiaires entre l'objet et l'institution muséale, garantissant ainsi une connaissance moins « érodée ». Cette conception de la collecte rejoint là une qualité aussi prêtée au marchand qui a la possibilité de se rendre sur le terrain, mais passe sous silence le fait que de nombreux intermédiaires et marchands existent déjà sur les terrains mêmes des recherches (Steiner, 1991).

Les acquisitions des musées d'ethnographie de l'échantillon de recherche témoignent donc de leurs choix de positionnements, ces derniers étant liés tant à l'histoire de l'institution qu'à la place qu'elle désire intégrer dans le paysage national et international des musées ou qu'aux caractéristiques administratives. Ainsi, le musée du quai Branly – Jacques Chirac se positionne comme un musée dont les caractéristiques correspondent davantage aux musées d'art : il est considéré comme un musée de Beaux-Arts, ses budgets d'acquisition sont plus élevés et correspondent aux budgets des musées nationaux de beaux-arts français²⁸⁵ et ses modalités d'acquisitions se rapprochent de ces musées qui pratiquent majoritairement l'achat, contrairement aux musées d'histoire naturelle, historiquement davantage orientés en direction des collectes. Ce musée est cependant une exception au cœur du paysage des musées d'ethnographie de l'échantillon de recherche.

De la difficulté d'une transaction

Si les musées définissent des politiques d'acquisitions et d'achats, nous avons vu que – le musée du quai Branly – Jacques Chirac mis à part – les musées d'ethnographie de l'échantillon de recherche n'ont acheté que dans de très rares cas. Plusieurs raisons expliquent cette peine à acheter des objets. Tout d'abord, les conditions et paramètres de conservation et la place dévolue aux collections sont des critères importants dans l'acquisition d'objets. Ainsi, en 2013 le MRAC refuse un don jugé intéressant au motif que les paramètres de stockage sont beaucoup trop

²⁸⁵ Par exemple, le Centre Georges Pompidou et son budget d'acquisition à 1,8 million, le Grand Palais à 1,6 million, etc.

contraignants²⁸⁶. Ensuite, les budgets d'acquisition des collections se sont vus drastiquement réduits ces dernières années, alors qu'en parallèle les prix des objets sur le marché ont connu une flambée importante : nombreux sont les conservateurs à se souvenir d'objets proposés à l'achat et refusés pour cause de prix trop élevés. Par exemple, Nicolas Cauwe, conservateur des collections océaniques au Musée d'art et d'histoire du Cinquantenaire, se souvient d'une pagaie de l'Île de Pâques proposée par le marchand Anthony Meyer au prix de 250 000 euros, inaccessible pour le musée²⁸⁷ ; les rapports d'acquisition du MRAC font état en 2013 d'une proposition d'achat de tableaux pour un prix total de 14 100 euros. L'achat est refusé par la direction au motif d'un prix trop élevé. Seul le musée du quai Branly – Jacques Chirac tire son épingle du jeu en allouant un budget de plus d'un million d'euros aux acquisitions.

S'il est difficile d'acheter sur le marché de l'art pour un musée, il est aussi difficile pour un marchand de vendre à un musée. Si la procédure peut varier d'une institution à l'autre, elle reste globalement longue et ne rapporte pas beaucoup d'argent : une commission d'acquisition se réunit en des moments précis de l'année (d'une à trois fois) et analyse les dossiers d'objets soumis à des demandes d'achats. Dans le cas des ventes aux enchères, le prix n'étant pas connu avant la vente, certaines institutions acceptent d'analyser un dossier dont le prix est indicatif ou avec une limite à ne pas dépasser, ou de se réunir de façon extraordinaire. Cependant, toutes ne le font pas et freinent ainsi l'acquisition lors des enchères. En outre, le paiement s'effectue parfois en tranches, et, le temps que la commission se soit réunie, ait accepté puis que les services de compatibilité aient intégré le montant d'achat et effectué le paiement, plusieurs mois peuvent s'être écoulés. La procédure est lourde administrativement et peut s'étendre sur un long laps de temps, forçant le marchand à immobiliser un objet – et par conséquent la somme d'argent qu'il représente. Cette opération nécessite de posséder une capacité financière importante et ne peut donc s'adresser

²⁸⁶ Il s'agit du tissu Séverin exposé à l'Exposition universelle de 1935 : « *Dit olieverfschilderij op doek heeft een interessante documentaire waarde. Voor een goede bewaring zou het op een spieraam geplaatst moeten worden. In dat geval vormen de afmetingen, 6 x 2 m, een probleem voor bewaring. De kosten die deze schenking met zich mee zouden brengen, loopt toch op tot 3 500 € voor de bewaring.* » (« *Cette peinture à l'huile sur toile a une valeur documentaire intéressante. Pour un bon stockage, il faudrait la placer sur une civière. Dans ce cas, les dimensions, 6 x 2 m, posent un problème de stockage. Les coûts que ce don entraînerait s'élèveraient encore à 3 500 € pour le stockage.* » Rapport de la réunion de la *Humanities collection commission* du 16 avril 2013, document interne, archives du MRAC).

²⁸⁷ Entretien avec Nicolas Cauwe, à Bruxelles, le 21 avril 2015.

qu'à des marchands situés au sommet de la pyramide²⁸⁸. En outre, la vente à un musée demande souvent des trésors de diplomatie et des efforts soutenus que les marchands ne sont pas prêts à fournir dans tous les cas : la collaboration n'est ainsi pas vue comme un avantage, le rapport entre l'effort investi et le gain financier escompté pouvant être relativement mauvais :

«Je ne travaille pas beaucoup avec les musées. J'ai déjà essayé auparavant de constituer des dossiers, mais il faut savoir que l'administration française ce n'est pas vraiment ce qu'il y a de plus rapide. Et nous, en tant que marchands, en général quand on s'adresse à des musées, ce sont des objets importants. Donc importants signifie coûts importants, pour nous et pour l'acheteur, donc ce n'est pas simple.»²⁸⁹

Ces contraintes d'un achat d'objet par un musée rappellent que parfois, tant du côté de l'institution muséale que du marché, la collaboration n'est pas souhaitée. Du côté des musées, lorsque sont évoqués les liens entre marchés et musées, ressort bien souvent le spectre des provenances douteuses et des trafics illicites. Ainsi, les conservateurs des musées d'ethnographie soulignent unanimement la frontière qui existe entre ces milieux, une frontière non explicite dans le code de déontologie de l'ICOM, mais qui le laisse entendre²⁹⁰ : *«Non on ne mélange pas»²⁹¹, «Il y a une ligne rouge qu'on essaye de ne pas franchir»²⁹², «Je ne vois pas ce que je pourrais vous dire étant donné que je n'ai pas de liens avec les antiquaires»²⁹³, «aucun objet de la collection ne provient d'antiquaires»²⁹⁴*. Les frontières sont ici clairement posées et définies. Le contexte sensible, évoqué dans les premières pages de ce terrain, et au cœur de la signification de ces frontières et masque

²⁸⁸ Voir chapitre 2, point Perméabilité des frontières et hiérarchisation des acteurs p. 107.

²⁸⁹ Entretien avec Lucas Rotton à Paris, le 24 novembre 2015.

²⁹⁰ Code de déontologie de l'ICOM, articles 1.10, politique commerciale : *«Quelle que soit la source de financement, les musées doivent garder le contrôle du contenu et de l'intégrité de leurs programmes, expositions et activités»* ; 8.15, rapports avec les marchands : *«Les professionnels des musées ne doivent pas accepter d'un négociant, marchand, commissaire-priseur ou autre, des cadeaux ou libéralités, quelle qu'en soit la forme, pouvant conduire à l'achat ou à la cession d'objets ou à l'obtention de passe-droits administratifs. En outre, ils ne doivent jamais recommander de manière particulière un marchand, commissaire-priseur ou expert à un membre du public.»* Accessible sur le site : <https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/ICOM-code-Fr-web-1.pdf> [consulté le 20 novembre 2022].

²⁹¹ Entretien avec Aurélien Gaborit, Paris, le 10 septembre 2015.

²⁹² Entretien avec un conservateur du musée du quai Branly – Jacques Chirac, le 10 septembre 2015, Paris.

²⁹³ Entretien avec un conservateur du musée du quai Branly – Jacques Chirac, le 10 septembre 2015, Paris.

²⁹⁴ Entretien avec un chercheur du musée de l'Homme, 18 février 2016.

parfois des réalités plus complexes. En effet, la vente d'un objet à un musée valorise le travail du marchand et est généralement considérée comme une reconnaissance de son travail. Les marchands doivent donc trouver un équilibre, qui relève d'une stratégie étudiée, entre vendre des pièces au musée, mais pas uniquement aux musées et pas en trop grand nombre, de façon à ne pas perdre trop de temps, d'argent et à continuer à alimenter le marché puisque, comme le rappelle Philippe Peltier, les objets vendus aux musées seront extraits du marché une fois dans les collections muséales. En effet, le musée immobilise financièrement les objets et plus particulièrement encore dans le contexte français où les collections sont réputées inaliénables – elles ne peuvent être vendues une fois intégrées à une collection de musée. D'autres voies sont alors plébiscitées pour acquérir cette valorisation et cette reconnaissance de leur travail, ceci afin de collaborer en dehors des simples négociations autour des objets et éviter leur immobilisation.

Quand le marchand est intermédiaire

Une des voies que le marchand peut emprunter pour entrer en contact avec les musées sans s'encombrer de lourdes procédures de transactions d'objets consiste à faire l'intermédiaire : entre les musées et les collectionneurs, entre les musées et les objets, entre les musées et d'autres vendeurs, etc.

Le marchand intercède

Les marchands, qu'ils soient galeristes ou collaborateurs de maisons de ventes aux enchères, possèdent une connaissance étendue des mouvements des pièces : catalogues de ventes, registres personnels, bases de données des clients permettent entre autres aux marchands de savoir précisément dans quelles collections se situent quels objets. Ces informations sont précieuses pour les musées, car elles leur permettent d'acquérir les objets directement auprès des collectionneurs et/ou via d'autres moyens que l'achat (dons, legs, etc.) ou de les emprunter pour des expositions. Les marchands sont donc régulièrement sollicités pour trouver les pièces recherchées :

« Sur des expositions thématiques, les musées ont besoin d'objets provenant des collections privées. C'est dans tous les domaines : en art moderne, en

art contemporain, etc. [...] on est très sollicités: "est-ce que vous savez où est tel ou tel objet?" »²⁹⁵

Mais les marchands peuvent aussi aller plus loin et intercéder en faveur du musée pour que le collectionneur donne une partie ou l'entier de sa collection. Le galeriste Gilbert Huguenin rappelle quant à lui que plus de trois cents objets de la collection du Musée d'ethnographie de Neuchâtel sont entrés au musée grâce à son intermédiaire²⁹⁶. Pourquoi endossent-ils ce rôle d'intermédiaire ?

*«Même si de toute façon on a des contacts avec les collectionneurs, puisqu'on les voit, je pense qu'il y a vraiment cette relation un peu triangulaire qui est enrichissante aussi pour nous, puisque nous on ne connaît pas tous les collectionneurs. Certains sont très timides. Certains marchands savent très bien qu'ils ont vendu tant et tant de pièces à des collectionneurs qui restent discrets et qui parfois ne veulent pas être en contact avec le musée.»*²⁹⁷

Les conservateurs n'ont d'une part pas forcément connaissance de l'existence des collectionneurs et, d'autre part, même s'ils se connaissent, la relation reste compliquée : il est fréquent que les collectionneurs ne souhaitent pas que leur nom apparaisse dans les cartels des musées ou plus encore, ne veuillent pas que les prêts d'objets se fassent à leur nom, pour éviter d'être connus des institutions, ce qui rendrait publiques leurs possessions et pourrait leur valoir quelques ennuis fiscaux. Dans ces cas, ce sont bien souvent les marchands ou les maisons de ventes qui prennent le relais :

*«Certains ne veulent pas donner leur nom et donc certains nous demandent de s'adosser à nous en tant que prêteur. Donc, c'est Sotheby's qui prête et Sotheby's en tant que prêteur, c'est très complexe : c'est Sotheby's et ce sont des œuvres très importantes. C'est quelque chose qu'on fait, à la fois parce qu'on a de très bonnes collaborations avec les musées et à la fois parce que c'est important pour nos liens avec les collectionneurs quand ils nous le demandent, mais on essaye de le faire le moins possible.»*²⁹⁸

²⁹⁵ Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016. Citons aussi par exemple le rôle d'intermédiaire qu'a joué le galeriste Lucas Rattou dans le prêt des pièces Sénoufo pour l'exposition *Sénoufo : art et identité en Afrique de l'Ouest* (28 novembre 2015-6 mars 2016) à Montpellier.

²⁹⁶ Par exemple, la collection Jeunet.

²⁹⁷ Entretien avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

²⁹⁸ Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

Dans tous ces cas, les marchands – qu'ils soient galeristes ou maisons de ventes – occupent une position d'intermédiaire entre musées et collectionneurs. Cependant, parfois, la position du marchand se confond avec celle du collectionneur, les frontières étant extrêmement poreuses.

Le marchand donne et décide

Parfois le marchand fait don lui-même d'objets de sa propre collection : il n'a plus le statut de vendeur mais celui de collectionneur-mécène. Les motifs sont bien difficiles à démêler, entre envie d'aider le musée et opportunité de publicité gratuite, puisque le marchand ne peut complètement ignorer sa casquette de vendeur. Ce mécénat de marchands et de galeristes a pris une grande ampleur ces dernières années, et se développe notamment au sein des Sociétés des Amis du musée.

Tous les musées de l'échantillon de recherche possèdent une Société des amis. Généralement de statut associatif, elles n'ont pas toutes exactement les mêmes objectifs, mais elles ont toutes pour point commun de soutenir explicitement l'enrichissement des collections. Ainsi la SAMEN – Société des amis du musée d'ethnographie de Neuchâtel – a pour but de « *participer au développement du Musée, de stimuler le contact entre le Musée, les étudiant-e-s et le public et d'enrichir les collections de l'institution* »²⁹⁹ ; la SAMEG – Société des amis du musée d'ethnographie de Genève – quant à elle « *soutient directement le rayonnement international et l'enrichissement des collections du MEG, Musée d'ethnographie de Genève* » ; même type de déclaration de la part de « *la Société des amis du musée du quai Branly – Jacques Chirac [qui] a choisi de privilégier trois types d'action : la restauration d'œuvres, l'enrichissement des collections et le soutien à la recherche* ». De même, « *la Société des amis du musée de l'Homme est une association reconnue d'utilité publique dont le but est d'aider le musée de l'Homme en soutenant le travail de ses chercheurs, en contribuant à l'enrichissement des collections et en l'aidant à développer ses activités* » et « *l'Asbl Les Amis du Musée royal de l'Afrique centrale a pour objectif d'acquérir des objets de collection, des publications, des documents, des instruments, etc. et de les offrir*

²⁹⁹ Dépliant promotionnel de la SAMEN (2014).

au Musée royal de l'Afrique centrale»³⁰⁰. Ces sociétés facilitent les procédures d'acquisition d'objets en évitant au musée le contact direct avec la transaction marchande et la procédure d'achat : soit les objets sont donnés ou vendus à la Société des amis qui fait ensuite don des objets au Musée, soit la Société documente les objets et prépare les dossiers à soumettre aux commissions d'acquisition.

La mission d'acquisition est si importante que certaines sociétés ont développé des groupes d'amis spécifiquement dédiés, par leurs cotisations plus importantes notamment, à l'acquisition d'objets. Ainsi sont nés le cercle Claude-Lévi Strauss du musée du quai Branly – Jacques Chirac et le groupe SAMEG Collections du Musée d'ethnographie de Genève. Au cercle Claude-Lévi Strauss, les membres peuvent même soumettre des propositions d'objets aux conservateurs qui peuvent ensuite les proposer à la commission d'acquisition.

Il n'est pas étonnant de voir que des marchands, bien souvent connus et renommés, appartiennent à ces cercles de sociétés des amis : ainsi au musée du quai Branly – Jacques Chirac, on retrouve en 2016 dans le cercle Claude Lévi-Strauss Patrick Caput (expert chez Sotheby's), Anthony Meyer (galeriste d'art océanien) ou Stéphane Jacob (galeriste de peintures et d'art aborigène d'Australie)³⁰¹. Il est intéressant de noter que les sociétés des amis ne servent pas qu'aux musées et à leur soutien ou enrichissement : véritables espaces de rencontres et d'activités fréquentés par un nombre important de collectionneurs, elles permettent aussi de nourrir l'activité des marchands :

«La Société des amis du quai Branly, c'est un apport extraordinaire pour notre activité. Ils viennent fréquemment. Depuis qu'ils existent et qu'ils me le demandent, je les accueille avec plaisir, je leur présente mes objets, et depuis deux ans je vends à des gens qui sont dans ces groupes-là. Ça, c'est vraiment pour moi une nouveauté. Donc, merci Jacques Chirac.»³⁰²

³⁰⁰ Statuts de la SAMEN, disponibles en ligne : www.men.ch/fr/samen ; dépliant de présentation du MEG ; présentation en ligne de la Société des amis du MQB : <http://quaiBranly-JacquesChirac.fr/fr/soutenir/vous-etes-un/particulier/les-amis-du-musee> ; statuts de l'Asbl publiés dans *Le Moniteur belge*, 22 septembre 2005.

³⁰¹ Citons aussi l'enquête menée par Estelle Fossey, *Paris 21^e siècle...* sur la Société des amis du musée du quai Branly – Jacques Chirac, dans laquelle elle conclut que plus de 8 % des membres de la Société des amis sont des galeristes et plus de 70 % sont collectionneurs d'art africain, océanien ou asiatique. Cette situation peut sembler particulière au musée du quai Branly – Jacques Chirac, où elle est effectivement très forte, mais se retrouve aussi dans d'autres musées : la Société des amis du musée de l'Homme compte aussi des galeristes (Christian Coiffier par exemple, secrétaire général de la société).

³⁰² Entretien avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

Les sociétés des amis facilitent donc les collaborations entre marchands et musées dans un jeu donnant-donnant : permettant l'enrichissement des collections, mais aussi le financement de publications ou d'expositions, elles soutiennent le musée. En parallèle, elles fournissent l'espace pour les échanges et les rencontres entre les différents acteurs du champ et fonctionnent comme intermédiaires entre l'institution publique et les individus ou entreprises privées, ce qui permet bien souvent aux marchands de vendre soit au musée, soit à d'autres membres des sociétés des amis. Outre la plus-value tirée de la vente des objets, ces ventes sont aussi un gage de reconnaissance du travail du marchand.

La société des amis est un espace relativement libre, bien que soumises aux réglementations associatives nationales et regroupées en une *World Federation of Friends of Museums* qui édicte un code d'éthique³⁰³. Elle permet tout à la fois de brouiller et de déplacer la frontière entre musées et marchands, puisqu'elle permet aux marchands d'intégrer légalement et officiellement un espace associé au musée.

Ces dernières activités nous montrent que les rôles endossés par les marchands sont multiples : vendeurs, collectionneurs, mécènes ou intermédiaires, ils interviennent à différentes occasions et dans différents contextes dans l'activité du musée.

Dans le strict rapport de vente-achat d'objets, on observe que le nombre d'intermédiaires est souvent multiplié : une maison de vente, un autre marchand, une société des amis... L'objet doit bien souvent passer beaucoup d'étapes, entre les vendeurs et les acheteurs, avant de se retrouver dans les collections du musée. Ce panorama donne l'impression d'une situation asymétrique, où les marchands interviendraient beaucoup plus dans la vie muséale que les musées dans celle des activités marchandes, et où les marchands tentent par tous les moyens d'approcher les musées. Cependant, il existe aussi des cas où les musées tentent des incursions dans les activités marchandes.

³⁰³ Voir le Code d'éthique des amis et bénévoles de musée, adopté lors du IX^e congrès de la Fédération en 1996 et disponible en ligne : <https://www.museumfriends.com/fr/code-dethique-des-amis-et-benevoles-de-musees/>.

Quand les musées offrent leur soutien

Les musées présentent souvent une politique stricte en termes de rapports avec les marchands, notamment en s'appuyant sur le code de déontologie de l'ICOM qui spécifie que, peu importe les sources de financement, les musées doivent garder le contrôle sur le contenu de leurs programmes et assurer leur devoir de diligence concernant la provenance et la propriété des objets³⁰⁴. Cependant, ces règles n'excluent pas de nombreux partenariats entre musées et marchands dans le développement d'expositions, la collaboration sur des publications ou les demandes d'expertises ou de renseignements, notamment.

Le développement des expositions

Nous avons vu dans le chapitre précédent à quel point l'événementiel s'était développé chez tous les acteurs du champ, au point de devenir un élément central de la communication avec les publics, mais aussi un lieu de rencontre et d'émulation. Il n'est alors pas étonnant que le développement d'expositions soit devenu une part importante des relations qu'entretiennent les musées et les marchés : «*Nous sommes souvent sollicités pour des expositions de musées et ça fait partie des rôles les plus quotidiens que nous avons avec les eux*»³⁰⁵.

Cette activité se développe en grande majorité dans trois directions : des expositions conçues et organisées de façon conjointe ; des expositions proposées par les musées pour les marchands ou sur des lieux considérés comme marchands ; des expositions conçues par (ou dont le commissaire est) un marchand. Au travers de quelques cas précis ayant pris place ces dernières années, nous verrons comment se construisent ces relations et dans quels buts.

³⁰⁴ Article 1.10 : politique commerciale et article 2.3 : provenance et obligation de diligence, disponible sur le site internet : <https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/ICOM-code-Fr-web-1.pdf> [consulté le 22 novembre 2018].

³⁰⁵ Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

Le MRAC à Brafa et à Bruneaf

L'année 2014 aura vu à Bruxelles la présentation de deux expositions de musées dans des foires et des salons d'art: du 25 janvier au 1^{er} février 2014, le MRAC présentait à la 60^e Brafa une exposition en quatre temps intitulée *Remarkable collections*. Deuxièmement, en juin 2014, de nombreuses pièces de Nouvelle-Guinée appartenant au MRAC sont présentées lors de l'exposition de référence de la foire Bruneaf. Didier Claes, galeriste à Bruxelles et membre des comités des deux foires, est pour beaucoup dans cette collaboration soutenue entre le MRAC et les foires bruxelloises en 2014 :

« C'est quand même fabuleux. C'était la première fois dans l'histoire en Belgique, peut-être même ailleurs, qu'un musée national, fédéral en plus, expose dans une foire marchande. On parle quand même d'un musée national qui s'est, d'une certaine manière, associé avec le monde purement marchand. On est en pleine foire, où c'est du marchandage, où c'est du business. Ils l'ont fait et c'était une très bonne expérience. Deuxièmement, ça fait des années qu'on fait prêter des objets de Tervuren dans des expositions, comme dernièrement l'exposition d'Océanie-Nouvelle-Guinée, organisée par Bruneaf. C'est une association de marchands qui expose des pièces du musée de Tervuren en dehors de l'institution. Je trouve ça fabuleux. »³⁰⁶

Les deux expositions ne se sont pas déroulées exactement sur les mêmes modalités, comme le relève Didier Claes. Dans le cas de l'exposition présentée à Brafa, le MRAC a conçu et géré l'exposition pour laquelle le comité de la foire n'a fait que prêter un espace d'exposition. Dans le cas de Bruneaf, l'exposition est conçue par un commissaire extérieur, le galeriste Kevin Conru, et le MRAC a prêté ses collections pour cette occasion. Cependant, les deux expositions ont atteint des objectifs similaires en permettant au MRAC, alors sans espace d'exposition puisque fermé pour rénovation, de toucher un public différent du public habituel du musée: l'amateur d'art³⁰⁷. Deuxièmement, loin des restrictions géographiques imposées par une politique scientifique ou culturelle, ou par l'histoire de l'institution, le prêt des pièces océaniques à Bruneaf a permis d'exposer des objets qui avaient un faible potentiel expographique au sein du musée

³⁰⁶ Entretien avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

³⁰⁷ Voir chapitre 2, point Le public au centre des événements, p. 138.

même. Finalement, particulièrement dans le cas de l'exposition de Bruneaf, cette collaboration a permis de financer un certain nombre de recherches sur les objets – pour documenter leur exposition – ainsi que la publication du catalogue de l'exposition.

Cependant, si dans le cas de la Brafa l'exposition était gérée et conçue par l'équipe du musée, ce n'était pas le cas à Bruneaf, ce qui peut causer un problème: se pose la question de la façon dont les pièces sont présentées, puisque l'exposition implique la caution scientifique du musée. L'exposition visait un public de collectionneurs d'objets africains et océaniens, habitués aux galeries dans lesquelles les dispositifs et approches peuvent parfois varier sensiblement. Helena Heukeshoven, collaboratrice sur l'exposition, se souvient par exemple d'un différend sur le choix des vitrines des objets: l'association de marchands était contre – les vitrines n'étant pas une habitude au sein des expositions de galerie, puisque les collectionneurs sont invités à toucher les objets – le musée était pour, puisqu'il était inenvisageable qu'un visiteur touche les pièces exposées³⁰⁸.

L'exposition Dogon au musée du quai Branly – Jacques Chirac

L'exposition *Dogon* fut présentée au musée du quai Branly – Jacques Chirac du 5 avril au 24 juillet 2011 et fut suivie d'un catalogue du même nom. L'exposition avait pour particularité d'avoir comme commissaire Hélène Leloup, galeriste reconnue de la scène marchande parisienne. Hélène Leloup fut présidente d'honneur du Parcours des Mondes de Paris en 2013 et mène des recherches sur les Dogons depuis de nombreuses années, avec à son actif quelques publications bien connues des amateurs. L'un de ces ouvrages est le livre *Statuaire Dogon*, publié en 1994 à la suite d'une exposition sur les Dogons présentée dans sa galerie. Hélène Leloup présente des objectifs différents selon les ouvrages. Dans celui de 1994, la galeriste demande la reconnaissance de l'art des Dogons, dix-sept ans plus tard, au sein du musée du quai Branly – Jacques Chirac, le temps n'est plus à la reconnaissance: l'objectif de l'exposition et du catalogue est de présenter le désormais art dogon dans son contexte

³⁰⁸ Nous revenons plus précisément sur les différends dans la conception d'exposition et sur les enjeux de ces différends au chapitre 5. Contentons-nous ici simplement de signaler que la collaboration s'est opérée sans heurts majeurs malgré des divergences de points de vue.

historique, de pointer sa disparition et le désintérêt des chercheurs pour certaines régions (Leloup, 2011: 13). L'exposition fut considérée un beau succès puisque 195 000 visiteurs la découvrirent pendant ses trois mois de présentation. Cependant, pour les responsables du musée du quai Branly – Jacques Chirac, l'exposition *Dogon* n'est pas vraiment une exposition de marchands :

«La commissaire de l'exposition Dogon, c'était Hélène Leloup. Bon, elle n'est plus marchande normalement, en tout cas elle n'a plus de galerie. Pour l'instant, on n'a jamais confié à un marchand actif un commissariat d'exposition.»³⁰⁹

On voit ici l'importance de la galerie comme signe du statut de marchand: bien qu'Hélène Leloup soit toujours en activité au moment de l'exposition, l'absence de galerie à son nom atténue son statut de marchande et lui permet d'accéder à des activités au sein de musées. C'est que, en France particulièrement, la collaboration sur les expositions avec des marchands est un domaine presque aussi sensible que l'achat d'objets, voire davantage: l'exposition conçue par un marchand dans un musée reste au-delà de la ligne rouge que les acteurs du monde muséal s'autorisent à franchir, et ce bien que des commissaires extérieurs de métiers divers et variés interviennent dans des expositions de musées, comme l'assène très clairement Aurélien Gaborit, à la suite des propos précédents :

«On est très sollicité par certaines galeries qui nous disent "Je pourrais faire une petite vitrine en salle Kerchache ou dans le musée pendant quelque temps". Et là, on dit non. Clairement, on dit non.»

La collaboration sur les expositions peut donc prendre différentes formes: le prêt de pièces par des marchands pour une exposition et la conception d'expositions par des conservateurs de musée en leur nom ou au nom de l'institution pour des événements marchands. Si cette dernière collaboration ne choque que peu et est assez régulière³¹⁰, la conception d'expositions par un marchand dans un musée est une collaboration qui ne peut se dérouler que dans des circonstances qui viennent atténuer les frontières précédemment créées et leur signification (*boundaries*

³⁰⁹ Entretien avec Aurélien Gaborit, à Paris, le 10 septembre 2015.

³¹⁰ Le cas du MRAC à la Brafra et Bruneaf n'est qu'un exemple parmi d'autres: une grande partie des musées de l'échantillon ont un jour participé à une exposition dans un contexte marchand ou ont prêté un nombre conséquent de pièces pour des événements marchands, comme le musée de l'Homme, en 2001, avec l'exposition *L'idéal féminin dans l'art africain* qui se tenait aux... Galeries Lafayette.

blurring): le marchand n'endosse pas son rôle de marchand ni le musée d'ethnographie son rôle de musée d'ethnographie. En effet, cette forme de collaboration est particulièrement sensible dans le domaine des musées d'ethnographie alors qu'elle se déroule dans les autres champs de l'art, voire que des événements marchands complets se tiennent au sein des institutions muséales, comme c'est le cas pour la Biennale de Paris au Grand Palais. Les expositions présentées dans le cadre du Parcours des Mondes, chaque année depuis 2008 à la Monnaie de Paris, connaissent un succès certain et une reconnaissance tant de la part des connaisseurs que des amateurs, la Monnaie n'étant pas considérée comme un musée d'ethnographie. De même, les expositions présentées à la Fondation Musée Dapper à Paris en collaboration avec des marchands ne sont jamais remises en cause puisque c'est dans ce cas le statut de musée qui n'est pas attribué à la Fondation, cette dernière étant considérée comme un établissement privé.

D'autres formes d'échanges naissent dans le cadre de collaborations sur les expositions : nous avons vu la conception d'exposition, le prêt d'espaces ou de pièces, mais les expositions donnent bien souvent naissance à des catalogues ou à des échanges d'informations, deux autres modalités d'échange entre musées et marchés.

Les publications

Les collaborations sur les publications sont fréquentes et consistent, le plus classiquement, à solliciter les uns et les autres pour l'écriture d'une notice ou d'un article. Ainsi Viviane Baeke, conservatrice au MRAC jusqu'en 2015 collabore régulièrement sur les catalogues du galeriste Serge Schoffel : en 2016, elle écrit deux articles pour le catalogue de l'exposition *Art en Premier* qui se tient à la Brafa (Baeke, 2016a ; Baeke, 20216b) ainsi qu'un article introductif dans le catalogue de l'exposition de référence présentée par Serge Schoffel à Bruneaf en juin (Baeke, 2016c). Le catalogue de l'exposition présentée par le MRAC à l'exposition de référence de Bruneaf en 2014, *Masterpieces New Guinea Art*, s'il ne contient pas d'articles des conservateurs du MRAC davantage spécialisés sur les objets africains, est préfacé par le directeur du musée lui-même, Guido Gryseels. Les conservateurs et collaborateurs des musées participent aussi régulièrement aux publications du Musée Dapper, le flou sur son statut atténuant l'impression d'une collaboration marchande. Comme pour

les expositions, il est intéressant de noter que la collaboration s'effectue davantage dans un sens que dans un autre : rares sont les marchands ou collectionneurs à avoir pu proposer quelques lignes dans des ouvrages édités et publiés par les institutions muséales. L'exception majeure étant bien entendu le catalogue de l'exposition *Dogon* dirigé par Hélène Leloup. Ce catalogue est ainsi la reprise quasi à l'identique de la première publication d'Hélène Leloup sur le sujet : la mise en page présente les mêmes objets en pleine page et les articles de la publication *Statuaire Dogon* sont repris à l'identique dans le catalogue édité par le musée du quai Branly – Jacques Chirac. Ce déséquilibre entre l'implication des marchands dans les catalogues de musées et les conservateurs dans les catalogues de marchands s'explique par le manque de légitimité du marchand face au conservateur. Ces derniers préfèrent rester prudents sur les assertions et recherches menées par les marchands indépendants qui ne bénéficient pas d'une caution institutionnelle :

« Nous on espère toujours soutirer les informations et les citer dans l'article, ce qui passera mieux que de donner la totalité de l'article à un marchand – car on fait la somme des connaissances qui existent et il y a des marchands qui racontent clairement n'importe quoi, ou des choses qui se sont passées il y a dix ans et pas cinq ans par exemple, donc on reste prudents. »³¹¹

Si les musées rechignent à accorder davantage de place aux marchands dans leurs publications, ces derniers interviennent par contre à d'autres niveaux : ainsi en 2015, le musée du quai Branly – Jacques Chirac propose un ouvrage édité par la galerie Schoffel de Fabry pour le Prix international du livre d'art tribal, une distinction habituellement délivrée à des publications institutionnelles. Finalement, comme le rappelle Aurélien Gaborit, si les musées n'accordent qu'une petite place aux articles entiers des marchands, ils les sollicitent cependant régulièrement pour des informations : histoire des objets, documentations ou images de leurs archives. Pour Julien Volper, du Musée royal de l'Afrique centrale, les publications sont un moyen privilégié d'échanger avec les marchands : dans un contexte où les musées subissent de plus en plus fortement l'injonction à devenir lucratifs, à limiter leurs dépenses et à améliorer leur gestion, le financement de livres et de catalogues par des marchands est une modalité de collaboration intéressante pour tous³¹².

³¹¹ Extrait d'un entretien avec Aurélien Gaborit mené à Paris, le 10 septembre 2015.

³¹² Entretien avec Julien Volper à Bruxelles, le 25 mai 2016.

Le jeu sensible du droit et du devoir d'expertise

Conservateurs et marchands effectuent tous deux des expertises, cependant, ils ne peuvent délivrer le même type d'informations. Le conservateur est considéré comme un scientifique possédant la connaissance sur l'objet : la provenance de l'objet et sa fonction sont donc en général les deux seules informations qu'il peut délivrer. Il peut aussi lui être demandé d'officier en tant qu'expert dans des saisies judiciaires, en douanes ou dans le cas de jugement sur le trafic des biens culturels, seuls cas – avec les estimations pour les assurances – où il peut délivrer une expertise financière. Ainsi, un marchand ne peut approcher un conservateur pour lui demander le prix d'un objet et n'est normalement pas en mesure de connaître les estimations financières des objets possédés par un musée. Ce jeu semble en général respecté :

«Moi je veux bien donner l'origine, ça ne me dérange pas. J'ai fait ça dernièrement pour une vente publique. Il y avait des objets très importants qui passaient, le catalogue allait partir, j'ai dit "tu ne peux pas laisser partir ça, la pièce que tu as attribuée là ce n'est pas la bonne attribution [i.e. provenance], tu ne peux pas la laisser, il faut que tu corriges ça". Je l'ai fait avec plaisir, ça fait partie des relations que l'on a avec le marché et donc c'est très bien de le faire. Je ne dis jamais cet objet est faux, cet objet est vrai. Je n'ai pas le droit. La fonction je peux leur dire, ça n'a pas d'importance.»³¹³

Les conservateurs soulignent cependant eux-mêmes les limites de leurs expertises : souvent généralistes gérant les objets d'horizons très divers, ils ne peuvent connaître les spécificités de chaque région, de chaque société et se tournent vers les marchands parfois davantage experts qu'eux :

«Ils m'appellent souvent quand ils ne savent pas ce que c'est comme objet, l'origine de l'objet. Mais quand ils m'appellent, en général je n'arrive pas à répondre non plus. Parce qu'ils sont quand même très forts.»³¹⁴

Cette dernière constatation pointe la façon dont se répartissent la connaissance et l'information dans le champ : contrairement à ce que laisserait penser le fait que les acteurs des musées d'ethnographie autorisent peu les marchands à écrire dans des publications scientifiques, ce n'est pas

³¹³ Entretien avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

³¹⁴ Entretien avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

l'institution publique qui possède de façon unilatérale les connaissances scientifiques. Les marchands sont aussi considérés comme des experts et réunis en société d'experts, bien qu'ils n'en existent pas spécifiquement pour l'art africain et qu'aucune formation sanctionnée par un examen ne soit nécessaire pour prétendre au titre³¹⁵. Ils jugent en général de l'authenticité des pièces :

« Personne d'autre qu'un marchand ne connaît mieux la décision finale d'authenticité. Bien sûr qu'il y a des moyens scientifiques, mais rien ne remplacera l'expérience d'un marchand qui a vingt ans de métier et qui a dû payer ses erreurs très chèrement. Quand on a payé pour ses erreurs, on ouvre mieux les yeux parce qu'on est responsabilisé par la chose. On voit dix ou cent fois plus d'objets que les gens de musées. Et de toute façon les gens de musée s'attachent à des experts... Il n'y a pas un expert en art africain qui ne soit pas marchand. »³¹⁶

Et laisse aux conservateurs celui de spécifier les usages ou celui de déterminer si l'objet relève d'un patrimoine digne d'être conservé :

« Le musée est destiné avant tout à protéger les objets et le patrimoine qui va disparaître, c'est le musée du Louvre, nous, Orsay, et d'autres musées régionaux. Cette pièce doit, va disparaître et il faut la protéger et garder ce témoignage, historique bien sûr car cela renvoie toujours à une époque, une population, une chronologie, mais c'est aussi un témoignage de l'esthétique de la population qui l'a produite et aussi un témoignage de l'esthétique de la population qui l'a collectionnée. Alors ça a pu être l'Afrique d'abord, ici en Europe après. Ça renvoie aussi à une histoire du goût de la collection, qui est très important et qu'on essaye de transmettre en les gardant le plus fraîchement possible ce qui explique les mesures de conservation préventive drastiques dans les musées. Alors on ne peut pas tout conserver. »³¹⁷

La connaissance des objets ethnographiques est bien souvent meilleure du côté des marchands qui peuvent se spécialiser, les conservateurs possédant des connaissances plus générales. On voit ici, entre ces deux discours, que les critères construisant l'intérêt de la pièce sont différents pour chacun.

³¹⁵ Voir tableau des galeristes et de leurs affiliations à l'annexe 1.1.2, p. 362.

³¹⁶ Entretien avec Pierre Loos à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

³¹⁷ Entretien avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

Un système donnant-donnant

Cette typologie des liens existants entre institutions muséales et marchands, toutes catégories confondues, dessine des formes d'échanges se déroulant sur plusieurs plans : la transaction d'objets, bien évidemment, voit les marchands endosser le rôle de vendeur et le musée celui d'acheteur, avec un échange d'objets contre de l'argent. Ce rapport est, bien que le plus communément envisagé, le moins fréquent. Bien plus fréquents sont les rapports où les marchands deviennent intermédiaires, intercèdent en faveur des musées, se font collectionneurs ou mécènes, et dans lesquels les musées soutiennent des initiatives marchandes ou pénètrent les lieux du commerce de l'art.

Il est cependant nécessaire de pointer le fait que tous ces échanges avec des marchands n'interviennent qu'avec un certain type de marchands : seule une certaine frange de la hiérarchie instaurée au sein des marchés entretient des rapports avec les institutions muséales. Il s'agit majoritairement des galeristes « *leaders* ». Ces liens attestent de la qualité et des compétences du marchand en même temps qu'ils peuvent créer cette compétence et améliorer son statut au sein de la hiérarchie du marché.

De même, les rapports entretenus ne le sont pas uniformément au sein des institutions muséales : ils dépendent ainsi des positionnements des musées d'ethnographie, positionnements que nous avons déjà entr'aperçus avec les acquisitions. Ainsi, la stratégie du MRAC lors de sa participation à l'exposition de la Brafa ne participe pas de la même stratégie que celle appliquée par le musée du quai Branly – Jacques Chirac avec l'exposition *Dogon*. De même, les relations avec les sociétés des amis de musées sont à relativiser à l'aune des personnalités et individualités présentes au sein des institutions : les relations peuvent être aussi bien houleuses – lorsque les acteurs des musées sont résistants à ce que des acteurs extérieurs interviennent dans leur gestion – qu'harmonieuses.

Ces activités permettent à chacun de trouver son compte, dans un rapport donnant-donnant, au sein duquel les objets et l'argent, s'ils restent au centre des transactions marchandes, sont relégués à un autre plan : les éléments échangés ne sont plus des objets et de l'argent, mais des publics partagés, des réseaux renouvelés, des expositions enrichies, des informations échangées, des objets mieux documentés, de la reconnaissance et de la

légitimité accrues. Il s'agit pour les marchands d'instaurer une relation de confiance, l'argent – en tant que paiement direct – passant au second plan : *« Point de vue financement, c'est plus compliqué de vendre à un musée, c'est un boulot, on n'est pas payé tout de suite, mais on ne peut pas nier que d'un point de vue du prestige, de voir sa pièce au musée c'est déjà assez fou. Quand ils ont présenté ce qu'ils avaient acheté pour le Louvre Abu Dhabi à Paris, c'est... Il y a quelque chose quand même. On ne peut pas le nier. »*³¹⁸

En effet, nul n'est besoin de revenir sur le fait que le musée homologue et hiérarchise des valeurs artistiques (Moulin, 1992) consacrant artistes et champs artistiques, un pouvoir que les marchands, et particulièrement les galeristes, ne possèdent pas, même dans le champ de l'art africain et océanien où ce sont souvent les marchands qui sont présentés comme les moteurs de la reconnaissance de cet art (Doyen, 2015).

Cette recherche de crédibilité et de légitimité passe par l'organisation des marchands en associations ou en comités leur donnant davantage de crédit, par l'adoption de fonctionnements et de savoir-faire muséaux (l'exposition, la mise sous vitrine, les publications documentées, etc.) et par des collaborations ou la transmission de certaines informations aux musées.

Ces collaborations n'auraient cependant pas lieu si elles ne donnaient pas naissance à des contreparties avantageuses pour les institutions muséales : comme nous l'avons vu, l'expertise des objets, notamment, ou de façon plus générale les connaissances extrêmement pointues que certains marchands mobilisent dans des domaines spécialisés, ainsi que la maîtrise par les marchands de la répartition des objets au sein des collections ou leur marge de manœuvre plus importante que celle des institutions publiques, sont autant de ressources recherchées par les musées.

Les enjeux de la catégorisation : catégoriser les individus pour catégoriser les objets

Comme nous l'avons vu dans cette typologie des relations, la superposition des différents rôles est manifeste dans les pratiques des acteurs : des marchands-collectionneurs, des conservateurs-collectionneurs, des

³¹⁸ Entretien avec Judith Schoffel de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

marchands-mécènes, des galeristes anciens conservateurs, d'anciens galeristes collaborateurs des musées, etc. Malgré cela, les discours soulignent de façon répétée les limites des collaborations et mettent en avant des tâches et des fonctions strictement délimitées. Il est convenu que tous ces rôles doivent exister pour faire vivre le champ, mais il est cependant aussi convenu que chacun possède son rôle et doit le tenir : « *On entretient plutôt de bonnes relations avec eux, sachant que nous on sait très bien quel est notre rôle* »³¹⁹ ; « *Son rôle en tant que conservateur n'est pas de faire des commentaires sur les objets* »³²⁰ ; « *Chacun a sa place dans la valorisation des œuvres, de leur importance* »³²¹ ; « *C'est un jeu entretenu : il faut que chacun reste dans son pré carré* »³²² ; « *On ne peut pas avoir deux casquettes : on ne peut être marchand et expert en ventes publiques, ce n'est pas possible* »³²³ ; « *On ne peut pas être un bon marchand et un bon collectionneur. C'est une phrase que mon grand-père disait et je pense que c'est vrai. Il faut faire un choix* »³²⁴ ; « *Là, ils sortent de leur rôle* »³²⁵. Ces assertions illustrent la volonté des acteurs de ranger chacun dans des catégories alors même que nous avons déjà vu à quel point celles-ci étaient poreuses, par exemple entre galeristes et collectionneurs.

Pourquoi alors entretenir cette représentation des catégories figées ? L'hypothèse développée ici, dans le cadre d'une analyse de la valeur des objets, postule, premièrement, que cette catégorisation des individus est liée au classement et à la hiérarchisation des objets ; deuxièmement, que ce processus de catégorisation permet de fixer certains éléments du champ. Les enjeux d'un tel procédé sont clairs : produire des bases solides et partagées entre tous pour élaborer un cadre commun de référence et d'évaluation des objets.

Catégoriser les hommes : chacun son rôle

Quels sont alors les rôles que chacun est invité à jouer ? Qu'attend-on implicitement et explicitement de chaque catégorie d'acteurs ? Comme le rappelait un ancien conservateur de musée, aujourd'hui reconverti

³¹⁹ Entretien avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

³²⁰ Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

³²¹ Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

³²² Entretien avec Emmanuel Kasarhérou à Paris, le 10 septembre 2015.

³²³ Entretien avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

³²⁴ Entretien avec Lucas Raton à Paris, le 24 novembre 2015.

³²⁵ Entretien avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

en galeriste, ces rôles se résument schématiquement à trois catégories : *«il faut toujours trois pièces: des musées, des marchands et des collectionneurs.»*³²⁶

Du côté des musées, les limites des rôles et la description des tâches de leurs professionnels ne sont pas à proprement parler règlementées ou uniformisées, mais sont cadrées notamment par le code de déontologie ainsi que par les conseils et publications de l'organisation faîtière des professionnels de musée, l'ICOM. Si cette dernière ne proscrie pas les achats ou les collaborations avec le monde marchand ou de la finance, elle interdit cependant aux acteurs de *«participer, directement ou indirectement, au commerce (vente ou achat dans un but lucratif) d'éléments du patrimoine culturel ou naturel»*³²⁷. Cette recommandation illustre certains éléments juridiques implicites et témoigne de la représentation du rôle que les professionnels de musées doivent tenir, à savoir rester séparés du monde marchand. Cette logique est le résultat du système mis en place au sortir de la Seconde Guerre mondiale et qui vise à faire des musées les instruments de l'État pour la régulation du trafic illicite et à garantir des institutions étatiques une forme de neutralité et de position externe au développement néo-libéral de l'économie. Si cette logique n'est explicitée nulle part, elle est aujourd'hui profondément ancrée dans le monde muséal et relève d'une culture institutionnelle publique dont témoigne le code de déontologie de l'ICOM. Du côté du marché, s'il est évident que les marchands ont en tête leur profit, puisque leur gagne-pain dépend de la vente ou non d'objets, ils décrivent aussi leur rôle de manière diverse et différencient en outre les rôles des galeristes des rôles des maisons de ventes aux enchères. La structure du marché que nous avons mise en évidence au chapitre précédent prend ici toute son importance :

*«Les maisons de ventes font un travail en amont qui est exceptionnel. Réussir à promouvoir l'art africain comme ils le font, aucun marchand ne peut le faire.»*³²⁸

Les maisons de ventes se voient attribuer un rôle différent de celui des galeristes : possédant une force de frappe plus importante que ces derniers, elles peuvent porter plus loin la diffusion des informations et la mise en valeur des objets. Les galeristes et collectionneurs attendent

³²⁶ Entretien mené à Paris, le 8 décembre 2014.

³²⁷ Code de déontologie de l'ICOM, disponible en ligne <https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/ICOM-code-Fr-web-1.pdf> [consulté le 20 novembre 2022].

³²⁸ Entretien avec Didier Claes à Paris, le 9 décembre 2014.

d'elles qu'elles valorisent l'art africain et océanien de manière publique et relativement ostensible. Ce rôle a ses limites : si les galeristes ne nient pas l'importance des maisons de ventes, ils considèrent qu'elles doivent s'en tenir aux enchères et non effectuer de la vente de gré à gré. C'est là le rôle des marchands et galeristes. Les maisons de ventes ne dénigrent pas non plus quant à elle le rôle des galeristes, considérant qu'ils peuvent être des fournisseurs ou intermédiaires intéressants pour les collectionneurs, entretenant même des rapports privilégiés avec certains de ces derniers, et possédant surtout une image d'expert très importante. Ainsi, les rôles à tenir sur le marché se font par rapport à l'institution muséale, mais aussi par rapport à la place de chacun dans la structure du marché³²⁹. Cette catégorisation des rôles amène à une impression de grande séparation entre marchés et musées dans les représentations que chacun se fait de l'autre, malgré des pratiques brouillant régulièrement les frontières : « *La scission est assez historique... Je ne sais pas, je la constate. Elle est là depuis toujours. De façon viscérale, le monde des musées s'est détaché du monde marchand.* »³³⁰

Les individus ne sont pas les seuls à voir peser sur eux le désir de catégorisation : ce processus de classement et de hiérarchisation s'applique aussi aux objets, la catégorisation des hommes et celle des objets étant intimement liées. Catégoriser les individus participe, de façon plus large, d'un processus de catégorisation du monde dans lequel le classement des objets tient une place extrêmement importante. Dans son analyse de l'affaire du tableau de Poussin, Bernard Lahire (2015) relève aussi l'importance de ce processus de catégorisation des objets en lien avec l'ordonnement des personnes :

« *Classer, exclure et hiérarchiser des objets est une manière détournée de classer, d'exclure et de hiérarchiser les personnes (celles qui sont associées à ces différents ordres d'objets).* » (Lahire, 2015 : 280)

S'il paraît difficile d'établir un lien de causalité entre les deux processus comme le fait Lahire – décidant lequel donne naissance à l'autre – il est en revanche évident qu'ils sont tous deux liés et que la frontière entre personne et objet est poreuse, de nombreux glissements apparaissant dans les discours.

³²⁹ Voir chapitre 2, point Perméabilité des frontières et hiérarchisation des acteurs, p. 177.

³³⁰ Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

Les objets : comment classer ?

Classer les objets est l'objectif majeur de la plus grande partie des musées, mais c'est aussi une opération qu'effectuent continuellement galeristes, marchands ou maisons de ventes, consciemment ou non. Il s'agit d'un processus dynamique en continuelle redéfinition, qui dans le cas des objets ethnographiques s'oriente sur deux axes. Premièrement, définir quels sont les objets concernés par la dénomination d'«objets ethnographiques» ou d'«art premier» : quelles sont les zones géographiques concernées ? Où se situent les frontières qui séparent ces objets d'autres objets déjà labellisés, tels les objets archéologiques ? Quels sont les éléments qui permettent à un objet d'entrer dans un musée dit «d'ethnographie» ? Nous avons souligné jusqu'ici comment cette catégorie s'est construite au fil du temps, de la structuration des marches et de l'accroissement des collections des musées : le caractère protéiforme et polysémique de cette catégorie d'objet rend l'entreprise de classement extrêmement ardue. En témoignent, par exemple, les mouvements des collections de musées et les perpétuels reclassements opérés au cours du temps dans les différents musées de l'échantillon.

Deuxièmement, le processus de catégorisation s'emploie à classer les objets au sein même du champ défini : comment différencier et hiérarchiser les objets entre eux, dans ce champ spécifiquement ? Par aires géographiques, par styles, selon les populations ? Comme la définition de l'objet par rapport à ce qui se situerait en dehors du champ, le classement des objets entre eux est encore en définition aujourd'hui : ainsi, la répartition la plus communément adoptée – par zones géographiques – connaît de fréquentes variations entre les institutions, mais aussi au sein même des institutions. Pour exemple, à sa création, le musée du quai Branly – Jacques Chirac comptait un partage des collections en quatre départements correspondant aux quatre continents hors Europe, séparant ainsi l'Afrique du Nord (classée avec les objets Afrique) du Proche-Orient (rangé avec les objets asiatiques). Cette classification a rapidement été jugée peu pertinente, comme en témoigne Hana Chidiac, responsable de l'unité patrimoniale Afrique du Nord et Proche-Orient :

«Ce n'est pas du tout évident de voir les ensembles cohérents quand on descend dans les réserves Afrique, car mes objets sont mélangés aux masques, etc. Donc, d'une part, dans les réserves les collections sont éclatées, et sur le plateau les gens ne le sentent pas. Le Proche-Orient

marque la fin de l'Asie et l'Afrique du Nord – alors que je ne sais plus comment appeler : Maghreb ? Afrique septentrionale, puisque l'Égypte est dedans et que l'Égypte n'est pas l'Afrique du Nord... ? »³³¹

En 2007, Stéphane Martin décide donc de créer une unité patrimoniale spécifique à l'Afrique du Nord et au Proche-Orient, de façon à pouvoir visualiser et comprendre la cohérence culturelle de l'ensemble, jugée plus importante que la cohérence géographique. Les objets sont cependant toujours dans des réserves différentes et l'habitude de n'avoir qu'une séparation géographique reste bien ancrée :

«Ça commence à changer, mais il y a eu énormément d'oublis, vu que mes collègues – à la communication, au mécénat, etc. – travaillaient sur quatre continents, l'Afrique du Nord et le Proche-Orient passaient à la trappe. Donc quand on faisait des activités, c'était l'Asie ou l'Afrique. [...] Les publications aussi : quand ils ont fait le premier guide du musée au moment de l'ouverture, on devait écrire l'histoire des collections Afrique du Nord – Proche-Orient en Asie, alors que c'était un tout au musée de l'Homme. [...] Pour le nouveau guide, l'Afrique du Nord et le Proche-Orient sera une zone traitée à part entière. Donc il a fallu que je revoie toute la chronologie, que je refasse le choix des objets pour qu'il y ait une cohérence.»

Se développent donc des classements hybrides, fondés sur des critères différents : géographiques, mais aussi linguistiques, voire historiques ou culturels (la zone Afrique du Nord et Proche-Orient liée par l'histoire du monde arabo-musulman). En effet, même si la zone Afrique du Nord et Proche-Orient est reconnue au musée du quai Branly – Jacques Chirac aujourd'hui, il reste toujours des exceptions à la catégorisation, comme le relève Hana Chidiac à propos de l'Égypte :

«J'avoue que j'ai eu du mal à placer l'Égypte. L'Égypte ne fait pas partie de ce qu'on appelle le Maghreb, son histoire est plus liée au Proche-Orient. Où est-ce que je mets les costumes ou les bijoux africains et égyptiens ? »

Cette difficulté de classement se retrouve aussi sur le marché où, comme nous l'avons vu en préambule dans l'emploi des dénominations du champ, les marchands aiment à garder une certaine flexibilité dans leurs pratiques – tendant à rester assez larges et vagues sur la définition des objets qu'ils vendent, de façon à pouvoir se repositionner assez vite sur un marché de

³³¹ Cette citation et les deux suivantes sont extraites d'un entretien mené à Paris, le 20 novembre 2015.

l'art extrêmement mouvant – tout en désirant quand même fixer certaines règles de classement et de hiérarchisation des objets. La difficulté est telle que la première base de données concernant les objets d'art africain et océanien mis en vente sur le marché a mis deux ans à définir les *tags* – c'est-à-dire les labels – apposables à chaque objet pour finalement les supprimer totalement :

*«À chaque fois qu'on entrain un objet dans la base, il nous manquait des tags, du coup il fallait créer un nouveau tag. Il y en a dix mille, mais il fallait quand même en entrer des nouveaux! [...] Avant, sous chaque image, il y avait les tags concernant chaque objet. On l'a enlevé, parce que ça devenait trop lourd! »*³³²

La catégorisation est compliquée, alors pourquoi l'ensemble du champ s'entête-t-il à vouloir l'appliquer? Bien qu'ardue, cette entreprise de catégorisation est nécessaire aux acteurs du champ pour appréhender le réel. Elle permet d'ancrer solidement les logiques de marché – qui nécessitent d'avoir confiance en la valeur définie pour chaque objet – mais aussi les logiques de musées qui nécessitent d'avoir confiance en la légitimité des objets exposés et patrimonialisés. La catégorisation est donc au fondement du processus de fixation et de légitimation de la valeur.

³³² Entretien avec Aurélien Cuénot à Paris le 31 octobre 2016.

Chapitre 4

Co-construire et justifier la valeur

Quitte à acheter un objet cher, autant que tout le monde le sache.

Entretien avec Judith Schoffel de Fabry, 17 juillet 2014

Il s'agit dans ce chapitre de se concentrer sur la construction et la justification de la valeur des objets : quels sont les critères définis comme constitutifs de la valeur et comment se construit la déclaration d'authenticité d'un objet ?

Mais qu'est-ce que la valeur et comment la définir et l'étudier ? En français, ce terme est extrêmement polysémique : du latin *valere*, qui signifie être fort, la valeur désigne fondamentalement une chose considérée comme importante. Pour Krzysztof Pomian (1987 : 43), un objet se voit attribuer une valeur par un individu ou un groupe d'individus lorsque ces derniers décident de le conserver, de le protéger ou de le reproduire. Les objets qui ne remplissent pas ces conditions sont considérés comme des déchets. Cette définition de la valeur semble relativement minimaliste et à compléter : tout d'abord, en français, le terme renvoie aussi à une idéologie ou à une règle de morale, à la juste signification d'une chose ou à une mesure de grandeur. Le terme est donc très positivement connoté et lié au concept de mesure. En outre, il est important de relever que deux verbes sont issus de cette racine : évaluer et valoriser. Comme le rappelle François Vatin dans son introduction de *Évaluer et valoriser : une*

sociologie de la mesure (2013), le sens premier du mot valeur est de nature économique et la différenciation – par la comparaison ou l’opposition – entre les deux verbes d’évaluer et de valoriser «*renvoie à une opposition classique en économie: “Évaluer” correspond à un jugement statique attribuant une valeur à un bien, une chose, une personne; “valoriser” a, en revanche, le sens dynamique d’augmenter cette valeur, d’ajouter un incrément, une plus-value*» (Vatin, 2013 : 20).

Cependant, comment une suite d’échanges, censés être équivalents, peut faire émerger une «plus-value», dans le sens d’une valeur supplémentaire du bien après chaque transaction? Évaluation et valorisation se confondent ici, la valorisation étant créée par l’ensemble des évaluations. Pour François Vatin, cette question de différenciation entre valorisation et évaluation, si elle peut paraître scolaire, cache en fait un soubassement logique qui peut être résumé en une question: «*la théorie du marché peut-elle se suffire à elle-même?*». L’économie des conventions nous est ici d’une aide précieuse en postulant que l’échange économique suppose une entente – une convention – et en proposant de «*montrer que le marché ne saurait se soutenir lui-même, qu’il est “encastré” dans un ensemble de relations sociales qui le rendent possible*» (Vatin, 2013 : 24). Ces positions prennent une distance – en germe chez certains économistes (comme Marx dans sa critique de la fétichisation de la marchandise ou dans les théories subjectives de la valeur de Walras et Menger) – avec les positions objectivistes. Une fois admis le caractère subjectif et comportemental de la fixation de la valeur et du prix des objets, il me paraît alors important de considérer :

«La pluralité des valeurs, la relation entre valeurs privées et valeurs publiques, le jeu des valeurs et des non-valeurs, l’opposition entre des valeurs fondamentales jugées “positives” et des valeurs contextuelles, partagées elles-mêmes entre valeurs privées et valeurs publiques.»
(Guilhaumou, 2017)

Certains outils sont proposés par Nathalie Heinich dans ses recherches sur la littérature, le patrimoine ou l’art contemporain (1998; 2009; 2017), pour différencier la pluralité des valeurs et leurs articulations. Elle distingue ainsi les registres et les régimes de valeurs, les premiers relevant de cadres d’évaluation – registre esthétique, registre économique, registre patrimonial, etc. – et les seconds relevant de systèmes de valorisation. Le régime de singularité, par exemple, est un système de valorisation basé sur la rareté et privilégiant le particulier, par opposition au régime

de communauté basé sur la conformité et privilégiant le général (Heinich, 1998). Un constat aussi opéré du côté des sciences économiques et de l'économie de la culture, puisque dans leur définition de la valeur François Mairesse et Fabrice Rochelandet (2015 : 33-34) différencient les valeurs qu'un bien peut endosser : valeur d'usage, par exemple, valeur symbolique, valeur financière, etc. L'économie des conventions distingue aussi différents régimes de grandeur et l'économie des singularités, analyse les dispositifs de jugement face à l'incertitude sur la qualité des biens. Les chercheurs ont donc en main des outils d'analyse nombreux particulièrement mobilisables dans le champ de l'art africain et océanien : ainsi, sur la base du terrain ethnographique mené pour cette recherche, ce chapitre se penche sur la mesure que les acteurs font de l'objet, sur la base de différents critères. Ceux-ci relèvent de différents registres ne se référant pas toujours aux mêmes critères et peuvent être mobilisés différemment selon les contextes et les gens. Puisque la valeur ne peut être calculée uniquement sur les coûts des matériaux utilisés ni sur le travail de production des objets, nous verrons dans un premier temps quels sont les critères qui selon les différents acteurs font la valeur des objets. Ceux-ci, comme la datation, les styles, les provenances, etc. qualifient les objets. Dans un second temps, nous verrons comment les éléments externes aux objets (émotions, politiques, effets d'imitation, etc.) comptent dans la *valuation* des biens. Finalement, il s'agit de voir comment les différents acteurs construisent, grâce à ces critères, une catégorie spécifique pour ces objets. La cohérence de cette dernière s'élabore autour de la conception d'une forme d'altérité, dont l'idée prend racine dans des fantasmes exotiques, l'histoire coloniale et des agendas politiques. Les acteurs de ce champ étant de profils variés, avec des objectifs différents et répartis dans des catégories, ces critères de valeurs sont-ils partagés et, si oui, comment ? Un canevas de références communes peut-il se former autour de ces objets, malgré – ou grâce à – la catégorisation des acteurs et à leurs stratégies de brouillage, de déplacement et de franchissement de ces frontières ? Cette question nous forcera à mettre à jour les processus d'objectivation et de standardisation de cette valeur.

Les critères de valeur : les qualités attribuées aux objets pour les mesurer

«La base d'un bel objet c'est son ancienneté déjà. Pour être jugé en tant qu'objet qui se respecte, il faut qu'il soit ancien. Une fois qu'il est ancien – ce qui n'est déjà pas facile – il faut qu'il soit réussi. C'est-à-dire, il faut que le sculpteur ait réussi à créer quelque chose de beau et dans les critères de son ethnologie. Et une fois qu'il est réussi, il faut qu'il ait une qualité graphique supérieure; et une fois qu'il a une qualité graphique supérieure, il faut qu'il ait une patine qui accompagne. Si la patine est belle, en plus de ça, ce qui fait qu'il va devenir exceptionnel, c'est une petite originalité. Quelque chose de différent des autres. Un plus, un moins, quelque chose d'atypique, tout en restant typique. Être dans les critères, mais avec quelque chose d'atypique. Là, on va se rapprocher d'un objet important. Et après ce qui va différencier un chef-d'œuvre d'un objet beau, ça va être la petite différence, de qualité, la patine, le style, la rareté, la main, la signature de l'artiste, c'est là où on va passer de la belle sculpture au génie. Ce sont quelques petits détails qui font toute la différence. C'est un ensemble de critères énorme.»³³³

Lorsqu'il leur est demandé quels sont les critères de valeur d'un objet d'art africain et océanien ou d'un objet ethnographique, les différents acteurs citent facilement et rapidement quelques critères, comme les énumère Lucas Ratton. Son discours montre aussi que tous ne sont cependant pas identiques et qu'il existe une hiérarchie. Quels sont alors les critères qui font sens pour les différents acteurs et pourquoi ? Pour répondre à cette question, j'ai adopté une posture fondamentalement émique³³⁴.

L'ancienneté et l'usage sont les deux critères qui reviennent dans la totalité des discours récoltés sur mon terrain mais aussi dans les discours des acheteurs et des vendeurs ; d'autres critères réapparaissant ponctuellement : authenticité, provenance, pedigree, rareté et beauté. Que recouvrent ces critères et que faut-il pour déclarer un objet comme authentique ou comme une copie, selon les acteurs du champ ? Sur quel système de référence ces critères se basent-ils ?

³³³ Entretien avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

³³⁴ Pour une critique de cette posture, voir l'Introduction ainsi que l'annexe méthodologique (annexe 1.2.1, Production des données, p. 369).

L'usage et l'ancienneté : les critères fondateurs

L'usage et l'ancienneté sont deux critères qui répondent tous deux à la même double exigence : la destination de l'objet et l'inscription de l'objet dans une aire stylistique précise.

Pour la majorité des acteurs, qu'ils soient marchands ou professionnels de musées, la destination de l'objet doit être la société ou le groupe dont est issu le producteur de l'objet. De façon générale, comme le formule Rolande Bonnain, un objet d'art africain doit répondre à l'exigence des triples A : « *être produit en Afrique, par un Africain pour un Africain* » (Bonnain-Dulon, 2001 ; Bonnain-Dulon, 2013, Derlon et Jeudy-Ballini, 2008). L'ancienneté permettrait d'attester de cette exigence, en éliminant le fait que l'objet soit produit pour des groupes extérieurs à l'aire stylistique définie, les destinations externes telles que les touristes – c'est alors de l'art d'aéroport – ou les colons – ce sont alors des faux – étant extrêmement dévalorisantes :

*« L'ancienneté, c'est obligatoire. Quoi qu'on en dise, parce que ce sont des cultures qui se sont sublimées pour créer des chefs-d'œuvre dans un contexte culturel autonome, entre-soi. Les influences extérieures brutales qu'ont apportées l'Occident et la montée des conquêtes coloniales ont bouleversé la donne et ont changé tout l'esprit de l'œuvre d'art. »*³³⁵

L'usage répond aux mêmes exigences : un objet utilisé signifie qu'il a été produit pour la société dont il est issu et non pour l'extérieur, à des fins d'usage et non à des fins décoratives : « *il faut que le masque ait dansé* » (Derlon et Jeudy-Ballini, 2008 : 47 ; Kamer, 1974). L'objet doit donc, pour acquérir une valeur sur le marché de l'art, ne pas avoir été produit pour être « art ».

Deuxièmement, l'ancienneté permet d'attester, comme l'explique Serge Schoffel, que les producteurs de l'objet n'ont pas été en contact avec des colons et donc des influences considérées comme extérieures à un style propre. L'objet est ainsi dit « pur », vierge de toute influence qui aurait pu le « dénaturer ». Différents éléments permettent d'attester de l'ancienneté ou de l'usage à leur tour : la « patine » d'un objet (en général constituée de dépôts de matière comme du sang, de la cendre, des plumes, etc.) : « *S'il*

³³⁵ Entretien avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

n'y a pas de patine, il y a une faiblesse quelque part»³³⁶. De même que les failles ou cassures dans les objets :

«*Une fois j'arrive dans une galerie et il y avait une pierre qui venait du Vanuatu, elle était cassée. Le marchand me dit "je vais la faire restaurer, je vais faire recoller les deux morceaux". Je lui dis "non ne fais pas ça, c'est une pierre qui rentre dans tel rituel et à la fin du rituel on casse ces pierres, donc la cassure fait partie de l'objet, si tu recolles les deux objets tu risques, tu vas faire un objet qui est faux. Normalement, sur le marché tu ne dois pas trouver ces objets-là pas cassés".*»³³⁷

Passer en revue les différentes catégories auxquelles l'objet est soumis permet de comprendre les enjeux des positionnements de chacun. Pour exemple, les textes de présentation des différents marchands lors la *Brussel Antique and Fine Art Fair* en 2014³³⁸ : alors que l'ancienneté des pièces est reconnue dans les différents discours formels et informels comme un critère important de la valeur de la pièce comme nous venons de le voir, la proportion de marchands l'évoquant dans leur texte de description est insignifiante. Le galeriste Bernard Dulon est le seul à se définir comme marchand d'«*art of ancient tribal societies*» (catalogues Brafa 2014 à 2017) faisant de l'ancienneté un critère de définition des objets vendus. Les autres marchands évoquent quant à eux l'«*African art*», le «*tribal art*», l'«*art of Oceanic, Africa, North American and South-East Asia*» et ne mentionnent à aucun moment une quelconque temporalité. C'est que, bien que l'ancienneté soit un critère de valeur des objets, définir une temporalité précise empêche le «récepteur» d'un objet ethnographique (qu'il soit visiteur, collectionneur, observateur, possesseur, etc.) de projeter l'imaginaire qu'il souhaite sur l'objet, comme le relèvent Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008 : 87-89). Le flou ainsi entretenu laisse une marge de manœuvre qui permet aux différents acteurs du marché de se repositionner rapidement en cas de fluctuations des goûts.

La provenance et l'histoire de l'objet sont aussi des éléments qui permettent d'attester de cette ancienneté et donc de la qualité de la pièce. Ils ont pris de plus en plus d'importance au fil des années, au point qu'une question s'est très vite retrouvée sur toutes les lèvres : quel est le pedigree d'une pièce ?

³³⁶ Entretien avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

³³⁷ Entretien avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

³³⁸ Pour une description de cette foire et de cet exemple voir DOYEN Audrey, «L'objet ethnographique entre marchés et musées : cartographie de quelques enjeux», *Icofom Study Series* 43a, 2015, pp. 95-106.

Le pedigree et la provenance : le poids du parcours d'un objet

La provenance et le pedigree renvoient donc tous deux à l'histoire de l'objet : la provenance à son histoire avant sa sortie de son pays d'origine, le pedigree à son histoire après cette sortie. Ces deux critères donnent de la valeur à un objet pour plusieurs raisons : tout d'abord, ils peuvent attester de l'ancienneté de la pièce (Derlon et Jeudy-Ballini, 2008 : 91). Si l'objet peut être certifié comme ayant appartenu à des collections publiques ou privées, la sortie de son pays peut être datée avec davantage de précision. Deuxièmement, le pedigree d'un objet renvoie à un possesseur de l'objet particulièrement reconnu ou important, que cela soit dans le champ même de l'objet ethnographique, ou dans d'autres champs de l'art ou de la culture, voire plus largement de la politique ou de l'économie. L'objet se transforme alors en relique, perpétuant l'idée que quelque chose de son possesseur subsiste toujours dans un objet³³⁹. Finalement, le pedigree est considéré comme une forme de garantie de l'importance de la pièce : si une personne reconnue pour son goût ou son talent a possédé l'objet, cela l'a rendu digne d'intérêt :

« On parle beaucoup des provenances de nos jours, mais moi une provenance ne me dit rien sauf quand elle est magique. Je donne un exemple, qu'on se comprenne : un objet qui a influencé un peintre moderne, une pièce qui a appartenu à un grand écrivain, ou à des gens qui ont eu une vision prématurée de l'art africain, c'est important. Parce qu'aujourd'hui je trouve que c'est tellement plus facile. Mais à l'époque, entre 1900-1950, les choses n'étaient pas simples et encore moins pour un précurseur en art. Comme, par exemple, cette femme, Helena Rubinstein, une Polonaise juive d'un mètre cinquante qui a débarqué à New York et a affectionné l'art africain. Elle s'est imposée. Je trouve ça extraordinaire et je trouve que ça a de l'intérêt. »³⁴⁰

La provenance et le pedigree sont tous deux des critères de valeur d'un objet d'art africain et océanien davantage présents sur le marché de l'art que dans les musées d'ethnographie : il est ainsi en général possible

³³⁹ Sur la même idée que celle du *hau* ou de la *Kula*, où subsistent dans les objets quelque chose de leur possesseur, même après avoir été échangés, voir CALLON Michel, *L'emprise des marchés : comprendre leur fonctionnement pour pouvoir les changer*, Paris, La Découverte, 2017, p. 85 et DERLON Brigitte, JEUDY-BALLINI Monique, *La passion de l'art primitif...*, p. 288).

³⁴⁰ Entretien avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

d'effectuer des recherches par collectionneurs ou collections dans les bases de données d'objets du marché ; les catalogues de ventes aux enchères et d'expositions de galerie mentionnent régulièrement depuis quelques années les provenances et pedigree des pièces. Seule la première raison, celle qui atteste de l'ancienneté de la pièce, est citée par les conservateurs et responsables de musées comme ayant quelque intérêt. Cette dernière peut en effet aider à savoir si l'objet provient de fouilles clandestines récentes :

« Pour nous, ça devient difficile et c'est là qu'on rejoint l'idée de pedigree, car quand une pièce est connue et qu'elle traîne dans des collections depuis des années, qu'elle a vu des dizaines d'experts, plus tôt elle est connue, moins il y a de chances qu'elle soit fausse. Plus elle traîne dans les musées depuis le XIX^e début du XX^e [siècle]... Bon, on est toujours surpris quand une pièce surgit de nulle part. On peut se poser la question avec le pedigree : si la pièce est déjà en Europe depuis cinquante ou cent ans ou si elle a été pillée hier. Si un objet n'a pas de pedigree, c'est embêtant, car il peut avoir été pillé hier. »³⁴¹

Si ce critère a été largement étudié, il est intéressant de noter que les observations de ce terrain de recherche montrent une évolution dans son usage. Tout d'abord, la forte hausse de ces mentions dans les productions écrites du champ est non seulement incontestable, mais aussi un sentiment partagé par tous :

« Si on regarde les catalogues de vente sur les cinq dernières années ou les huit dernières années, on va constater un phénomène de références bibliographiques et de provenance. Aujourd'hui, il n'y a pas un objet qui n'est pas vendu avec une provenance, une histoire derrière, un nom, dans un catalogue de ventes publiques anglo-saxon. »³⁴²

Ce critère a augmenté dans les pratiques des marchands, mais il a aussi pénétré le monde du musée où, nous l'avons vu, ce critère était a priori moins pertinent. Les cartels de l'exposition du Pavillon des Sessions, par exemple, mentionnent les anciennes collections de l'objet et certaines expositions citent de plus en plus régulièrement les possesseurs des objets, et ce de façon de plus en plus ostensible, au point de susciter des controverses au sein même des institutions :

« Regardez là, il y avait une exposition sur les Maîtres de Côte d'Ivoire, personnellement pour moi c'est un scandale. Dans cette exposition, on

³⁴¹ Entretien avec André Delpuech, le 29 octobre 2015.

³⁴² Entretien avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

donnait le nom des maîtres qui avaient sculpté, ce que je trouve très bien, dans d'autres cas anonymes on qualifiait le maître par sa technique ou une particularité, par exemple le "Maître aux pieds carrés", ce qu'on fait aussi dans l'art classique pour certains tableaux, et puis à côté de ça on mettait des noms de maîtres en donnant le nom du marchand ou du propriétaire. Il y avait le maître Vérité! Pour moi, en tant qu'archéologue-anthropologue, ça me choque, qu'on donne le nom d'un maître africain en l'appelant par le nom de l'Européen qui a acheté ça. Ça veut dire quoi? C'est comme si on disait le maître Louis XIV ou le maître Pinault pour un Jeff Koons?»³⁴³

Deuxièmement, des noms de maisons de ventes ou de marchands actuels sont apparus dans les provenances et pedigree des pièces, attestant ainsi d'une «histoire en train de se faire»: comme pour les figures mythiques détaillées dans la partie historique de ce travail³⁴⁴, des marchands se positionnent aujourd'hui comme des figures importantes et de nouveaux «héros» naissent. Ainsi, la réputation de certains marchands actuels fait l'importance de l'objet et est citée dans les pedigrees de pièces. Parfois cependant, la mention du marchand ne signifie pas que l'objet a fait partie de sa collection, même temporairement, mais qu'il a appartenu à certains de ses clients:

«On note maintenant que dans ce qu'on appelle le pedigree des objets, il y a des noms de marchands qui figurent, qui ne sont pas des noms de collectionneurs, mais des marchands qui ont eu les objets en main parce qu'ils les ont ensuite revendus à des collectionneurs. Donc là, si on n'est pas au courant, qu'on ne connaît pas les choses, on ne sait pas faire la différence. Je pense que si c'est un marchand prestigieux, ça valorise la pièce, parfois je ne vois pas tellement ce que ça apporte, mais c'est pour dire qu'elle a transité par des collections ou des collectionneurs de ce marchand-là, en particulier.»³⁴⁵

Dans un champ où le collectionneur est parfois discret au point que le galeriste agit à sa place dans les relations entre collectionneurs et musées, il arrive que ce soit aussi le galeriste qui prenne sa place sur le cartel ou la notice de catalogue. Cette pratique n'est pas à dissocier du lien important qui peut se créer, comme nous l'avons vu, entre un galeriste et un collectionneur

³⁴³ Entretien avec un conservateur de musée à Paris en 2014.

³⁴⁴ Voir chapitres 1 et 2.

³⁴⁵ Entretien avec un conservateur de musée à Paris en 2014.

et du positionnement du galeriste dans le champ par rapport aux maisons de ventes : comme un acteur proche du collectionneur, qui peut prendre sa place si nécessaire et qui fournit une forme de « service après-vente ». Les galeristes insistent sur le fait de rester en contact les collectionneurs et acheteurs après les achats, une pratique qui leur permet d'une part de connaître les lieux de dépôts et éventuels transferts des pièces, mais aussi de maintenir le lien commercial et de favoriser de potentiels futurs achats. Ce lien s'accompagne d'un service rendu aux collectionneurs : réexpertise de leurs pièces, aide à la logistique et au transport, intermédiaires pour le prêt à des musées, etc. Finalement, il est important de rappeler, même si cela semble pour certains évident, que la présence accrue de mention de pedigree ou de provenances dans les catalogues des marchands ne signifie pas toujours que ces dernières aient un sens, voire soient vérifiées :

« En fait beaucoup de collectionneurs veulent des provenances avérées et parfois ils se retrouvent avec des fausses provenances ! Parce que les gens [en] veulent, ils leur en donnent ! »³⁴⁶

Les dérives sont nombreuses et les critères censés valider la valeur et l'authenticité d'une pièce se retrouvent alors faussés et manipulés.

La place de l'objet dans un ensemble : séries, rareté, représentativité

La place de l'objet dans des collections particulières est donc primordiale pour juger de sa valeur : pour les acteurs, l'objet possède des qualités intrinsèques, mais il tire aussi du sens et de la valeur par rapport aux autres objets et selon sa place dans un ensemble. L'ensemble des objets issus de la même provenance, l'ensemble des mêmes types d'objets (sculptures, dessins, etc.), l'ensemble des objets ayant appartenu à la même collection, etc. :

« Par exemple, si on a un reliquaire kota ndasa, on se demande qu'est-ce que c'est le corpus du kota ndasa ; combien d'œuvres ; comment il se place par rapport au corpus ? [...] Des questions comme quel est le corpus du groupe ? Le corpus dans lequel il s'intègre, et au sein de ce corpus, qui peut être par exemple les kota ndasa, quelle est sa place ? »³⁴⁷

³⁴⁶ Entretien avec Judith Schoffel de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

³⁴⁷ Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

Ces questions sont posées par tous les acteurs du champ. Ainsi, du côté du musée, la place de l'objet dans d'anciennes collections est importante, mais la place que l'objet peut prendre dans les collections actuelles l'est peut-être encore davantage :

«Ce qui fait qu'un objet doit entrer au musée, c'est qu'il complète les collections dans le sens compléter un ensemble déjà existant où il manquait, ou compléter une lacune, car on n'a pas tout sur tout et c'est pour ça qu'on a créé le musée : on essaye d'accumuler cette connaissance. Si on nous propose la énième arme d'Afrique centrale, qui peut être très belle, si elle vient compléter une série qu'on a, on l'accepte.»³⁴⁸

Cependant, tout le monde n'y répond pas de la même manière : ainsi, de précédentes recherches ont montré que certains registres étaient davantage mobilisés que d'autres, sans cependant appartenir davantage à un champ plutôt qu'à un autre (Cazaumayou, 2009 ; Doyen, 2012 ; Kamer, 1974) : si c'est parfois la rareté et l'originalité de la pièce qui fait sa valeur, cela peut aussi être, comme l'explique Aurélien Gaborit, l'inscription dans une série ou la qualité de représentativité de l'objet : dans ce cas, l'objet ne doit pas être unique, au contraire, mais comprendre en lui-même la somme de toutes les caractéristiques d'un groupe d'objets.

Ainsi, s'il est tentant de considérer un paradigme muséal relevant d'un régime de communauté d'un côté (et donc privilégiant l'ensemble), et un paradigme marchand relevant d'un régime de singularité de l'autre (et donc privilégiant la rareté), de nombreux exemples contestent cette dichotomie qui a été régulièrement apposée aux musées d'ethnographie, notamment dans le débat sur le musée du quai Branly – Jacques Chirac. Du côté des musées, leurs positionnements diffèrent : certaines politiques d'acquisition, comme nous l'avons vu, privilégient l'exceptionnel et l'original. Du côté des marchés, certains collectionneurs ou marchands valorisent le social et le général. Ainsi, ces régimes semblent, pour le cas du champ de l'art africain et océanien, cohabiter en tension et être propres à des situations ou des dispositions plutôt qu'au champ en général ou à un groupe d'acteurs en particulier.

³⁴⁸ Entretien avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

La beauté et la documentation : inconciliables ?

Ces paradigmes qui opposent des registres de valeur différents selon les groupes d'acteurs se sont cristallisés, comme nous l'avons vu dans l'introduction, en deux groupes : les partisans d'une approche esthétique des objets, qui privilégient la forme et considèrent que la rareté et l'originalité sont des valeurs plus importantes ; pour leurs opposants, l'approche documentaire qui vise à appréhender l'objet par rapport aux informations qu'il peut donner sur la société qui l'a produit prime. L'approche esthétique relève dans ce cas du paradigme marchand, privilégiant le registre de singularité, alors que l'approche documentaire relève davantage du paradigme muséal, privilégiant un registre de communauté.

Cette catégorisation stricte généralement établie dans les discours ne se retrouve cependant pas dans les pratiques : il est premièrement difficile d'attribuer systématiquement l'un ou l'autre régime ou l'une ou l'autre approche à l'un ou l'autre groupe d'acteurs en particulier. En effet, les politiques d'acquisition des institutions muséales montrent que si l'objet possède une valeur documentaire importante, sa valeur esthétique n'en est pas délaissée pour autant. Les pièces rares, exceptionnelles ou originales sont aussi recherchées que les représentatives ou les communes et ce autant depuis la naissance de ces musées, comme nous l'avons déjà montré dans l'historique, qu'aujourd'hui.

De même, sur le marché, la documentation d'une pièce et son utilisation peuvent être aussi valorisantes que ses qualités plastiques ou formelles, d'où le développement important ces dernières années des documents explicatifs, des catalogues, des notices, etc. dans les expositions de ventes aux enchères ou dans celles présentées lors des foires et des salons par les galeristes. Même lors d'un simple déballage par un vendeur à la sauvette, ce dernier ne présentera pas les objets sans quelques mots explicatifs sur les pièces : la notion de collection muséale est compatible avec la notion de beauté et la notion de documentation n'exclut pas la singularité.

L'authentique et le faux

Il faut tous ces critères pour pouvoir produire une déclaration d'authenticité, puisque la signature de l'artiste et le lien à l'artiste sont impossibles à établir. La déclaration d'authenticité permet de séparer les

copies des pièces originales, le faux étant, selon la majorité des acteurs de mon terrain, en constante augmentation sur le marché de l'art africain et océanien ces dernières années. Tant les marchands que les conservateurs soulignent la multiplication de faux due selon eux à la montée des prix et à l'accroissement de la demande: «*C'est devenu une industrie. [...] C'est l'effet pervers d'un marché qui s'est emballé, qui atteint des prix astronomiques, ça donne des idées.*»³⁴⁹

Pour les marchés de l'art africain et océanien, le faux est à double tranchant: il diminue la rareté de l'offre et donc dessert le marché, et rend le jeu dangereux puisqu'il décrédibilise rapidement un individu si son expertise est contestée. Cependant, la multiplication des faux permet aussi aux marchands de mobiliser quelques arguments supplémentaires: c'est l'occasion de valider leur statut d'expert – qui participe à la formation des catégories et hiérarchies d'acteurs comme nous l'avons vu dans la typologie des relations – et de montrer leurs connaissances, car il faut des connaissances parfois pointues pour savoir si un objet répond aux critères exposés plus haut. Les marchands insistent sur l'importance pour tout collectionneur d'être accompagné dans sa pratique de collection par un expert, justifiant ainsi encore davantage l'importance de leur rôle, les musées de leur côté ne pouvant pas délivrer d'expertise: manque de connaissances de la part de conservateurs souvent formés de façon plus générale sur les collections, législations ou déontologie leur interdisant de délivrer une expertise, etc. Le marchand est alors une ressource clé.

Finalement, le faux peut parfois revêtir une valeur intrinsèque: certains sont vendus en tant que tels, pour leur qualité de copie, l'ingéniosité de leur facture ou leur histoire particulière. Anthony Meyer en a même fait une grande partie de son commerce, vendant de «vrais faux» dans sa galerie parisienne. Le caractère de la fausseté de l'objet devient alors compliqué à définir: s'il s'applique généralement surtout sur la destination de l'objet (il est fabriqué pour un public autre que la société d'origine de l'objet) et sur son ancienneté (il est fabriqué récemment ou à une époque où les influences occidentales étaient déjà présentes dans les pays concernés),

³⁴⁹ Entretien avec André Delpuech, le 29 octobre 2015 à Paris qui poursuit: «*Moi je connais des pays où il y a aucun problème pour se procurer tous les faux qu'on veut. Il y a même des pays où vous pouvez passer commande: les gars vous disent de repasser dans six mois... C'est tout juste s'ils n'ont pas le catalogue.*» La presse se fait aussi régulièrement l'écho de la multiplication des faux («Les vrais pièges des fausses œuvres d'art», *Trends*, 14 octobre 2010; «Spécial foire des Antiquaires: qualité garantie? Cherchez l'expert!», *Le Soir*, 3 décembre 2015; «Comment investir dans le marché de l'art?», *Bilan*, 16 décembre 2009, etc.).

différentes strates de faux existent selon le nombre de critères respectés, selon les publics auxquels l'objet est destiné, si sa fabrication visait délibérément à tromper, etc.

L'authenticité dévoile là son caractère intimement subjectif: l'authenticité et les faux ne sont pas les mêmes pour tous. Si l'ancienneté et l'usage sont en général des critères partagés par l'ensemble des acteurs, des objets fortement influencés par la colonisation, des pièces fabriquées pour des touristes ou des copies peuvent aussi posséder une certaine valeur, dans certains contextes et pour certaines personnes. Ainsi, le musée du quai Branly – Jacques Chirac présentait un florilège de « statues colons » dans son exposition *Homme blanc, homme noir* et ces statues ont créé une catégorie particulière sur le marché de l'art africain et océanien, apparaissant dans les expositions de galeries ou les ventes aux enchères.

Deuxièmement, les registres de communauté ou de singularité peuvent être mobilisés dans différentes situations et par différents groupes d'acteurs. La rareté ne signifie en outre pas toujours la même chose d'une galerie à l'autre: s'agit-il, comme l'ont souligné des galeristes lors des entretiens, de la rareté par rapport à la loi de l'offre et de la demande, à une rareté absolue due à une très petite production à la base, à une rareté résiduelle due à une très grande perte de ces objets au fil du temps (à cause de leur matériau, notamment, très périssable), à une rareté artistique relevant d'un style ou d'un « génie » particulier, etc. La provenance est un critère de valeur selon le développement historique des goûts dans les différentes régions du monde et le pedigree dépend de l'importance accordée aux individus ayant possédé les objets. S'ajoute à cela la difficulté à définir le champ en général et même les centres de styles ou de populations en particulier, puisque même leur orthographe n'est pas standardisée et qu'il existe de multiples possibilités de dénommer et d'écrire les références géographiques.

Les critères ne recouvrent ainsi pas les mêmes définitions selon les situations, les acteurs et les contextes, et peuvent en outre être pondérés différemment les uns par rapport aux autres, selon ces mêmes acteurs, situations ou contextes.

Les critères de valeur : les éléments extérieurs aux objets

Les critères qui constituent le cadre d'évaluation des objets sont donc différents selon les individus et ne recouvrent pas forcément les mêmes réalités ou les mêmes registres ou régimes de valeur : l'ancienneté, la rareté, l'authenticité, voire le pedigree ou la provenance d'une pièce sont en fait très difficiles à fixer et ne relèvent pas des qualités intrinsèques des objets (Derlon et Jeudy-Ballini, 2008 : 17). En plus des critères de valeur de l'objet, relativement subjectifs, s'ajoutent, comme l'ont déjà souligné les études en sociologie économique portant sur d'autres marchés (Vatin, 2013 ; Beckert, 2011), des facteurs liés au comportement des individus mêmes. Ces facteurs sont parfois qualifiés d'*irrationnels*, non parce qu'ils n'ont pas de sens, mais parce qu'ils ne sont pas liés à des calculs ou des appréciations sur l'objet échangé, à l'offre ou à la demande de cet objet ou à ses qualités intrinsèques. Ce sont des critères fondamentalement extérieurs à toute qualité de l'objet. Par exemple, lorsqu'Estelle Fossey a cherché à comprendre quels étaient les facteurs qui avaient motivé les achats des collectionneurs d'art africain, ses enquêtés ont répondu à 46 % « *l'émotion procurée par la pièce* » et à 39 % « *la force spirituelle que l'objet incarne* » (Fossey, 2011 : 160). De même, l'étude de Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008) sur les collectionneurs d'art africain et océanien a révélé l'importance de l'imaginaire et des émotions dans leurs motivations d'achats : le prix d'un objet dépend ainsi de critères attribués aux qualités de l'objet (ancienneté, provenance, forme, matières, etc.) autant que des éléments complètement extérieurs à la matérialité même des objets. Pour Rolande Bonnain, le prix final d'un objet est aussi en grande partie constitué du prix du désir d'acquérir cette pièce et « *vaut ce qu'on est prêt à payer pour la posséder* » (Bonnain-Dulon, 2005 : 403). Cette importance de l'imagination dans les processus de *valuation* ne concerne pas uniquement le marché de l'art africain et océanien et les objets ethnographiques et a déjà été relevé par Jens Beckert (2011) qui soulignait l'importance des attentes, de l'imagination voire des rêveries sociales dans la formation des valeurs. Ce qui nous intéresse ici est de pointer précisément quels ressorts extérieurs à l'objet pèsent dans l'élaboration de la valeur et comment ceux-ci sont mobilisés. Selon nous, trois ressorts principaux participent de l'évaluation et de la valorisation des objets : le désir d'objet et l'émotion, le goût du risque et l'entreprise de spéculation, les effets d'imitation et de snobisme.

Désir et émotion

Pour le collectionneur privé, la valeur de l'objet ne se situe pas seulement dans l'importance que la pièce peut avoir par rapport à son corpus, à l'ancienneté ou à ce que l'objet peut dire d'une société, de son style ou de son fonctionnement: l'importance réside aussi dans une émotion que l'acheteur ou le possesseur entretient avec un objet en particulier. Cette émotion est constitutive de la valeur accordée à l'objet, mais s'illustre sur deux plans différents: l'émotion que le regardeur entretient avec l'objet et qui augmente son attachement; l'émotion suscitée au moment de l'achat, par un dispositif spécifique comme l'enchère, et qui augmente le désir d'achat (et par là, influe sur la demande).

L'émotion éprouvée par un regardeur – potentiellement acheteur – face à un objet et l'attachement à ce dernier qui en découle ont déjà été mis en avant dans le chapitre précédent traitant du rapport entre galeristes et objets; les recherches sur l'art africain et océanien mettent en général en avant l'importance de ce lien, le plus souvent émotionnel, entre l'objet et le collectionneur. Il s'agit de considérer la valeur non par rapport aux qualités ou au parcours de l'objet seul, mais par rapport à la relation dans laquelle l'objet se trouve impliqué. Il s'agit d'un critère important d'achat, bien souvent mis en avant dans les recherches sur l'objet ethnographique (Derlon et Judy-Ballini, 2008). Cette émotion serait, en outre, complètement incompatible avec le discours scientifique et la raison, les acteurs eux-mêmes pointant le caractère irrationnel de l'attachement à un objet et de la garantie d'authenticité, qui transcenderait la connaissance. Ainsi les discours fustigeant l'érudition et les théories scientifiques, empêchant à l'émotion de s'exprimer et de voir le beau contenu dans l'objet cités par Sally Price (1991: 106) ou Brigitte Derlon et Monique Judy-Ballini (2008: 53) se sont retrouvés sur mon terrain:

«Alors qu'est-ce que c'est qu'un bel objet... Et ça, c'est de la formation. [...] Je connais des gens qui n'ont aucune formation artistique et qui sentent les objets, incroyable! Ne me demandez pas comment ça marche, c'est comme ça, je ne peux pas le dire et je pense que personne ne peut le dire.»³⁵⁰

La deuxième émotion influençant le prix des objets est celle provoquée par le dispositif entourant l'achat: Michel Callon souligne l'importance

³⁵⁰ Entretien avec un conservateur du musée du quai Branly – Jacques Chirac.

de cet aspect, influençant la valeur et par conséquent d'un prix, rappelant le terme d'*affectio mercatus* qui « désigne l'ensemble des mécanismes qui poussent les agents à s'engager dans une action collective » (Callon, 2017: 258). Pour Callon, qui se base sur la notion d'« ophélimité » de Vilfredo Pareto³⁵¹, ces mécanismes procèdent d'attachements et de détachements des gens aux objets et réinvitent à considérer l'importance des états affectifs dans les transactions d'objets et donc dans la fixation de leur prix et de leur valeur (Callon, 2017: 271). Cette approche est importante dans notre cas, puisqu'elle place en son centre la notion de confiance que l'acheteur doit aussi avoir pour procéder à la transaction et qui ne dépend pas seulement des connaissances, mais aussi des dispositions mentales et affectives (Callon, 2017: 275). Une confiance que nous avons déjà évoquée *supra* dans les relations entre marchands et musées. Ainsi, au centre de la fixation de la valeur des objets se trouvent les relations que les hommes entretiennent entre eux, l'objet participant à valider les alliances ou les concurrences, à réconcilier ou à provoquer: les décisions d'achat et les qualités attribuées à un objet sont (in)validées par les pairs et permettent ainsi de naviguer, pour les marchands, dans la hiérarchie évoquée plus haut et que nous rappelle Judith Schoffel de Fabry :

« Dans les salles des ventes, on se dit “tel objet ha tout le monde le regarde alors si tout le monde le regarde...”, et là il y a le feu qui se met en place et en fin de compte j'enchéris et on se demande qui enchérit. “Ha c'est lui, si c'est lui c'est que ça doit être bien.” Et après il y a ce phénomène : quitte à acheter un objet cher, autant que tout le monde le sache. »

Ces dispositions relèvent bien sûr des personnalités et des états des acteurs au moment de l'achat, mais aussi de forces extérieures qui viennent influencer les dispositions et donc les décisions finales. Les maisons de ventes jouent très fortement, lors des enchères, sur ces états affectifs et ces stratégies de distinction, la question centrale des départements étant à la fois de « trouver le ressort, à chaque fois, sur l'objet, pour faire en sorte que l'objet soit le plus désirable possible »³⁵² et d'orchestrer le balai des différents individus et rôles qui s'y côtoient: de l'amateur entré par hasard au collectionneur passionné, en passant par le galeriste confirmé ou le conservateur de musée. Lors des enchères, le prix des objets est fixé en temps réel et la valeur est donc décidée en des laps de temps très courts

³⁵¹ Vilfredo Pareto, dans son cours d'économie politique (1896), entend « ophélimité » au sens d'utilité d'un bien telle que définie par l'agent, et donc d'utilité subjective.

³⁵² Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

où les émotions jouent un rôle très important³⁵³ et où se concentrent les stratégies de coopération ou de distinction de tous les acteurs. Qui est présent dans la salle? Sur quel(s) objet(s) se portent leurs intérêts? Où se placer pour tenir correctement son rôle? Les observations ont montré des stratégies différentes selon les statuts: les premiers rangs, vus et observés par l'ensemble de la salle, sont généralement réservés aux grands collectionneurs et aux personnes certaines de leur légitimité. Les places assises du fonds sont plus discrètes et occupées par des galeristes confirmés, qui possèdent assez de fonds propres pour investir dans les objets seuls. Ils n'ont donc pas besoin de sortir de la salle, contrairement aux galeristes plus modestes qui préfèrent rester mobiles pour pouvoir quitter la salle au besoin. Cela est nécessaire quand il s'agit d'appeler rapidement un acheteur potentiel pour savoir s'il est intéressé à acheter la pièce mise en vente. Dans le cas contraire, le galeriste ne possédera souvent pas suffisamment de fonds propres pour acquérir seul l'objet désiré. Les abords de la salle, finalement, sont généralement peuplés par des curieux et des marchands à la sauvette, qui viennent ajuster leur offre d'objets suivant les résultats des enchères. La stratégie d'achat n'est pas non plus la même pour tous: être visible et naviguer entre les différents espaces, à la rencontre des uns et des autres, ou éviter d'être reconnu? Passer l'enchère au vu et au su de tous ou sortir de la salle pour enchérir par téléphone, plus discrètement? Ces choix témoignent du rôle que les différents acteurs pensent occuper ou de la place qu'ils veulent revendiquer au sein du champ.

Les moments d'échange sont à ce titre particulièrement intéressants, comme l'ont souligné Boltanski et Esquerre. Dans *La «collection»: une forme neuve du capitalisme. La mise en valeur du passé et ses effets* (2014), Boltanski et Esquerre se demandent – comme Gell – en quoi certains objets fascinent les hommes au point d'être dotés de davantage de valeur que d'autres: «*La fascination que ces objets sont supposés exercer tiendrait à une sorte d'aura qui les environnerait et qui leur conférerait un quelque chose d'exceptionnel les destinant à la jouissance d'une élite*» (Boltanski et Esquerre, 2014: 8). Les auteurs se proposent donc d'analyser ce processus comme un processus d'enrichissement à savoir l'ensemble des «*opérations dont les choses*

³⁵³ L'objectif étant même d'annihiler complètement toute réflexion: «*La prospère maison de vente aux enchères se donne les airs d'un temple du bon goût et du sens critique, mais sa fonction essentielle consiste à paralyser le jugement d'au moins deux personnes équilibrées et à les inciter à enchérir et surenchérir sur n'importe quel objet, bien au-delà du prix qu'elles paieraient dans le commerce.*» (LACEY Robert, MESSADIÉ Gérard, *Sotheby's: le marché de l'art et ses secrets*, Paris, JC Lattès, 1998, p. 10)

font l'objet en vue d'en accroître la valeur et d'en augmenter le prix» (Boltanski et Esquerre, 2014: 14). Ils passent ainsi en revue les modalités de mise en valeur des objets et les formes qui les rendent estimables, notant l'importance du dispositif narratif qui permet la sélection et la mise en avant des critères considérés comme pertinents. Ce dispositif est particulièrement visible selon lui lors de la circulation des objets et, comme Gell, Heinich, Espagne, Appadurai et Kopytoff avant eux, Boltanski et Esquerre s'intéressent particulièrement aux moments où les choses changent de main : *«C'est-à-dire quand elles sont échangées contre de la monnaie ou contre d'autres objets ou d'autres avantages, ou encore quand elles font l'objet de successions, voire de donations ou de dations, particulièrement à des institutions.»* (Boltanski et Esquerre, 2014: 21)

Ainsi, ce sont les moments d'échanges, dans le cas de l'art africain et océanien, qui permettent de donner de la singularité aux objets, lors de leur « vie sociale » puisque ce sont ces moments qui viennent enrichir la provenance et le pedigree de l'objet (le premier possesseur et la suite des possesseurs vendeurs des objets)

Goût du risque et spéculation

Le ballet des enchères montre à quel point le regard des autres et les forces extérieures pèsent sur les décisions et les montants des achats, fonctionnant sur une forme de goût du risque et de spéculation. L'enchère est volontiers considérée comme un moment où l'émotion est omniprésente et dont les résultats jouent sur cette présence (Bonnain-Dulon, 2001). Les enchères procèdent d'une forme de « *magie économique* » telle que l'entend Bernard Lahire :

«La magie agit sur l'état des choses et des êtres humains, en changeant leur valeur, leur signification et par conséquent la manière dont ils sont considérés, les comportements que l'on se doit de développer à leur égard et même la façon dont ils doivent eux-mêmes se comporter pour correspondre à leur nouvel état. [...] Elle permet de faire de ce qui était jusque-là parfois considéré comme une vulgaire "croûte" un tableau de maître.» (Lahire, 2015: 81)

Pour Lahire, la magie est constituée de croyances, tout comme les processus au terme desquels la valeur d'un objet d'art est fixée. En effet,

la valeur dépend de connaissances que les acteurs peuvent appliquer à l'objet et qui constituent un capital culturel. Ces connaissances sont constituées de critères définis comme importants dans le champ donné. Cependant, les enchères nous montrent que ce n'est pas le capital culturel de l'acteur qui est mobilisé lors des ventes, mais le capital culturel que l'acteur attribue à son concurrent dans les enchères. Lors des enchères, en effet, le prix final d'un objet n'est pas fixé uniquement sur ses qualités intrinsèques ou sur les critères définis plus hauts, bien que communément considérés comme importants. Comme dans le marché boursier, la valeur des titres est définie par la perception que les différents acteurs ont de la valeur que ces titres peuvent produire; le « gagnant » qui remporte l'enchère n'est pas celui dont les préférences s'accordent à un canon, mais celui qui arrive mieux que la foule à deviner ce que la foule va ou veut faire. C'est l'expérience du concours de beauté proposé par Keynes³⁵⁴. C'est ce processus qui se met à l'œuvre lors des enchères et qui est extrêmement important dans le champ de l'art africain et océanien où les critères sont encore récents, flexibles et peu certains. S'il n'est pas non plus question de postuler que la valeur des pièces n'est calculée sur aucun critère, il nous semble important de considérer que les acteurs n'ont pas seulement les yeux rivés sur ceux-ci et qu'ils s'efforcent « *d'anticiper et de prendre en compte les stratégies développées par les autres agents* » (Callon, 2017: 158). Ainsi, cette approche nous permet de considérer les critères décrits plus hauts comme partie d'un cadre mis en place entre les acteurs, musées et marchés, pour définir ce qui fait ou non la valeur d'un objet. Une fois ce cadre plus ou moins défini, un processus d'imitation se met en marche, car :

« Sachant que notre propre jugement est sans valeur, nous nous efforçons de nous rabattre sur le jugement du reste du monde, qui est peut-être mieux informé. En d'autres termes, nous tentons de nous conformer au comportement majoritaire moyen. » (Dupuy, Eymar-Duvernay, Favereau et al., 1989: 372)

Ainsi s'opère la construction d'un appareillage qui devient la norme. En effet, le processus particulièrement visible lors des enchères – qui en

³⁵⁴ Dans cette expérience, John Maynard Keynes (1988 [1936]) imagine demander aux cobayes de choisir la plus belle femme parmi cent photos de femme. Le gagnant est celui qui aura choisi la photo la plus citée par la moyenne. Donc gagner ne dépend pas de ses goûts personnels, mais des goûts des autres, ou plutôt, de ceux de la majorité. Les participants vont donc choisir les images qu'ils pensent que les autres vont choisir, entamant là une boucle spéculative.

capte son essence – non seulement se retrouve dans les autres transactions marchandes, d'une part, mais influence aussi ces transactions en imposant progressivement ses modalités de valuation des objets. L'émotion et l'irrationnel occupent ainsi une place non négligeable dans ce champ en voie de légitimation; autant d'éléments qui permettent de le considérer comme un univers incertain, au sens où Sagot-Duvauroux (2004: 293) l'applique au marché de l'art contemporain, et dans lequel :

«Les agents sont incités à observer les actions des autres agents et à les imiter s'ils pensent que ceux-ci sont mieux informés qu'eux. Cependant, si les agents qui ont la réputation d'être bien informés ne le sont en fait pas plus que les autres, alors, le risque est grand de voir le goût particulier des agents informés se transformer en goût commun à la suite d'un processus mimétique auto-validant in fine leur choix initial.»

C'est à ce moment que la figure de l'expert prend tout son sens et que s'applique la hiérarchie du secteur vu dans le chapitre précédent : l'expert est une instance de légitimation, possédant la stature et le pouvoir de faire croire qu'il détient l'information ou qu'il peut la trouver, et que cette information est fiable et validée. La déclaration d'authenticité ne vaut que parce qu'elle est proclamée par un expert, ce qui postule l'existence de possesseurs d'une parole d'autorité, légitime et légitimante : différents types et degrés de légitimités existent, car l'expert cumule des connaissances et un statut spécifique. Il existe donc différentes combinaisons dans le champ de l'art africain et océanien et le seul fait de posséder des connaissances ne suffit pas à devenir un expert.

Par exemple, les conservateurs de musée sont pour la plupart en charge de collections qui couvrent un champ culturel, géographique, etc., très large. Il est impossible que ceux-ci maîtrisent l'entier des informations et des connaissances au sujet de la totalité de leurs collections, alors que les galeristes sont parfois extrêmement documentés sur certains sujets précis, et sont reconnus ainsi par l'ensemble du champ. Cependant, le conservateur possède un statut d'expert, car la majorité des acteurs du champ pensent qu'il possède l'information mais plus que tout, car il occupe une position d'autorité importante dans le champ grâce à l'institution muséale. On parlera alors d'«un objet de la collection X acheté par le musée Z», X et Z légitimant la valeur de l'objet. L'expertise relève finalement davantage d'une position d'autorité dans le champ que d'une véritable compétence d'analyse et de hiérarchisation des critères de valeur. Ces pratiques sont extrêmement risquées, car elles comportent

un haut degré d'incertitude alors que des sommes d'argent parfois conséquentes sont en jeu :

« *C'est tellement subjectif! Parce qu'à ce niveau, il y a des bulles, il y a de la spéculation. Alors on sait quand la bulle gonfle, mais savoir quand elle explose...* »³⁵⁵

Cette caractéristique des marchés est mise en évidence par Ulrich Beck dans son ouvrage *La société du risque*. Il y postule que les sociétés post-modernes n'échangent pas uniquement des biens, mais aussi les risques qui accompagnent ces biens (Beck, 2001 [1986]). Ces risques proviennent selon lui de la disparition des externalités économiques des biens. S'il paraît évident que l'incertitude est une caractéristique importante des marchés, et particulièrement des marchés de l'art, comme l'ont aussi relevé Nathalie Moureau ou Dominique Sagot-Duvaurox (2016), ce terrain de recherche n'a pas mis en évidence la disparition des externalités relatives aux objets échangés, bien au contraire. La présence importante du risque s'accompagne d'externalités de position et d'adoption, qui sont même selon moi un élément majeur de fixation de la valeur des objets ethnographiques.

Effets de snobisme et effets d'imitation

L'externalité signifie en terme économique que la transaction du bien produit un effet à l'extérieur de cette transaction, c'est-à-dire sur des agents ou des biens non impliqués directement³⁵⁶. Les externalités peuvent être positives et négatives et de différentes sortes; celles qui nous intéressent ici sont l'*externalité de position* ainsi que l'*externalité d'adoption*. L'externalité de position signifie que la satisfaction ou l'utilité à posséder un certain bien consiste dans le fait que le même type d'objet n'est possédé que par un petit nombre de personnes (Frank, 1991). Aussi appelée « *effet de snobisme* », cette externalité corrèle négativement le nombre

³⁵⁵ Entretien avec Pierre Loos à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

³⁵⁶ « *Le comportement ou l'abstention économique des uns peuvent affecter le bien-être des individus ou les objectifs des organisations (le profit pour les entreprises). On parle alors d'externalités, car ces effets externes bénéficient (externalités positives) ou créent un préjudice (externalités négatives) à leurs récepteurs sans qu'il n'y ait de compensation ou de prise en compte de ces effets par le marché.* » (MAIRESSE François, ROCHELANDET Fabrice, *Économie des arts et de la culture*, Paris, Armand Colin, 2015, p. 37)

de personnes possédant un bien et la satisfaction due à la possession du même bien («*moins il y a de personnes possédant ce bien, plus je serais satisfait*»). Cette satisfaction ne découle donc pas du bien en lui-même ou de son utilité, mais de sa répartition dans la société et du statut des gens qui le possèdent³⁵⁷. En symétrie parfaite de l'externalité de position et de l'effet de snobisme se trouvent l'externalité d'adoption et l'«*effet d'imitation*» : le fait que beaucoup de personnes possèdent le bien que je désire accroît sa valeur. Dans ce cas, le nombre de personnes possédant le bien et la satisfaction due à la possession du même bien sont cette fois positivement corrélés³⁵⁸. C'est ainsi que certains objets se retrouvent à la mode. Ces catégories d'objets ne sont pas les mêmes selon les époques, certaines modes disparaissant, comme le confirment certains acteurs :

«*En fait on se rend compte que par exemple les arts kotas qui sont très classiques et très connus étaient beaucoup plus chers dans les années 70-80 qu'aujourd'hui, proportionnellement, par rapport aux autres objets. À l'époque on ne connaissait pas tout, il y a des choses qui sont sorties d'Afrique après, donc c'était un peu l'archétype de ce qu'est un objet africain...*»³⁵⁹

Ces deux externalités s'observent régulièrement dans le champ de l'objet ethnographique et sur le marché de l'art africain et océanien : l'imitation est en fait partie intégrante du fonctionnement de la spéculation. Elle permet de garantir ses choix en se basant sur le jugement d'un autre, considéré comme plus légitime et mieux informé.

Plus le marché spéculé, plus les prix augmentent, et plus l'accès à ces objets devient limité, ces derniers acquérant le statut d'objets de luxe. Comme le montre Bernard Lahire (2015), ces objets passent alors du statut de simples objets à celui d'insignes de pouvoir et de prestige, investis d'une

³⁵⁷ Aussi appelé *effet Veblen*, du nom de Thorstein Veblen, sociologue qui analyse les comportements de consommation ostentatoire dans sa *Théorie de la classe de loisir* (FRANK Robert, «Positional externalities», in : ZECKHAUSER Richard (ed.), *Strategy and Choice: essays in honour of Thomas C.*, Cambridge, MIT Press, 1991). L'externalité de position ou effet de snobisme ou effet Veblen dépend du statut des gens qui possèdent ce bien et est donc intimement lié à une consommation ostentatoire des biens.

³⁵⁸ «*Par exemple, l'utilité d'un téléphone dépend bien sûr de sa technologie, mais surtout du nombre d'abonnés sur le réseau. Dès lors, une technologie peut triompher même si elle est techniquement inférieure à sa concurrente.*» (SAGOT-DUVAUROUX Dominique, «Incertitude qualitative et fonctionnement des marchés : l'exemple des œuvres d'art», in : DELAMOTTE Eric (éd.), *Du partage au marché: regards croisés sur la circulation des savoirs*, Villeneuve-d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, 2004, p. 295)

³⁵⁹ Entretien avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

valeur symbolique importante et dont le prix élevé est partie intégrante de sa valeur. Acquérir un objet, c'est acquérir bien plus qu'un simple objet, c'est la possibilité de négocier sa place dans le champ, d'acquérir des bribes de reconnaissance, de participer à la fabrication de figures de proue du domaine (ou d'en devenir une soi-même), c'est construire et entretenir des réseaux, des récits, de la crédibilité scientifique et du pouvoir. L'objet est chargé d'une valeur symbolique qui, comme le postulait Bourdieu, est difficilement quantifiable en termes économiques et nécessite la validation par les pairs. Produisant ainsi des externalités de position, le prix élevé de certains objets ethnographiques en fait entrer certains dans la catégorie d'objet de luxe, induisant des effets de snobisme. Dans ce cas, le prix participe de la valeur des objets et n'est plus une traduction en monnaie de la valeur des biens. Un prix élevé entraîne une forme de fascination pour l'objet et justifie de lui-même l'acquisition du bien, donnant naissance à un fonctionnement en boucle : des critères définissent la valeur des objets, celle-ci est sanctionnée par un prix qui, au vu de la malléabilité des critères, augmente au fil des pratiques spéculatives et finit par constituer une partie de la valeur.

Dans tous les cas, l'effet d'imitation et l'effet de snobisme montrent que l'utilité retirée de la consommation de ces objets est liée, du moins en partie, car les modes sont aussi liées aux caractéristiques sociotechniques des objets, au comportement des autres acteurs du champ face à l'objet : les acteurs se calquent sur les informations qu'ils arrivent à déduire du comportement des autres, car ils pensent ne pas posséder suffisamment d'informations ou se trouver dans un champ au développement rapide et incertain.

L'incertitude est au cœur du champ de l'objet ethnographique : incertitude sur les dates, sur les provenances, sur les connaissances et les usages, etc. L'information se répartit de manière asymétrique dans le champ et laisse une grande place à l'émotion, aux processus d'imitation, à l'irrationnel. Cependant, cet irrationnel et ce symbolique finissent toujours par être sanctionnés par un prix : c'est que le subjectif finit par être objectif et rationalisé.

Les paramètres géopolitiques : l'exemple des restitutions

Nous avons vu jusqu'ici comment la valeur des objets ethnographiques résultait d'un processus de construction conjoint à tous les acteurs du champ. Il convient cependant aussi de souligner que ce processus est soumis à l'influence du contexte économique ou politique national ou international. Ce contexte est crucial pour comprendre les stratégies mises en place par les différents acteurs du champ, et c'est pourquoi nous nous sommes arrêtés longuement sur la situation actuelle, mais aussi sur les différentes étapes de l'historique relatif aux musées d'ethnographie et au marché de l'art, au tout début de ce travail.

Ainsi, nous avons vu comment dès les années 1960 la législation se renforce autour de la problématique du trafic illicite; comment les réflexions post-modernes et post-coloniales voient le jour au sein de la discipline anthropologique, suscitant des réflexions sur la conservation de certains objets par des pays qui n'en sont pas les producteurs, ou qui les ont acquis dans des circonstances illégales, ou du moins éthiquement contestables; comment les musées d'ethnographie ont été remis en cause dans leurs pratiques, leurs présentations et leur rôle; comment certains musées, comme le MRAC, avaient tenté la collaboration avec des musées en Afrique, voire le retour de certaines pièces. Ce faisceau d'éléments contextuels a favorisé l'émergence de réflexions autour de la restitution des objets à leur pays d'origine, une problématique qui a pris de l'importance dans les sphères politiques et médiatiques, jusqu'au discours d'Emmanuel Macron à Ouagadougou³⁶⁰. J'ai choisi de m'arrêter brièvement sur ce que le contexte de restitutions – et les restitutions quand elles ont réellement et effectivement lieu – font à la valeur des objets ethnographiques. Comment les acteurs tiennent-ils compte, ou non, d'un facteur extérieur au champ, lié davantage à des agendas politiques et à des questions diplomatiques ?

Il est important de noter que sur mon terrain, la question des restitutions a été peu abordée spontanément, tant par les acteurs des institutions muséales que par ceux des marchés; celle du trafic illicite ou des spoliations et pillages, en revanche, est beaucoup plus fréquemment soulevée et

³⁶⁰ Discours d'Emmanuel Macron à Ouagadougou, 28 novembre 2017. Disponible en ligne : <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2017/11/28/discours-demmanuel-macron-a-luniversite-de-ouagadougou> [consulté le 10 août 2022].

dénoncée, la restitution arrivant parfois comme une des solutions ou des conséquences possibles de ces pratiques. Interrogés sur la restitution, les galeristes, marchands ou maisons de ventes ne se prononcent jamais clairement, même anonymement, sur les potentielles conséquences des restitutions sur le marché et tiennent un discours politiquement correct et extrêmement flou. Le fait est que la question reste pour l'instant sans réponse du côté du marché de l'art, car il est extrêmement difficile de prédire les conséquences de potentielles restitutions à grande échelle. Certains galeristes sont frileux face à cette possibilité et ne voient pas d'un bon œil les demandes de restitutions déposées par certains pays :

«Le galeriste Serge Schoffel montre cette année l'un des plus beaux masques Igbo Mwo du Nigéria. Face à la démarche du Bénin, le réputé marchand des arts premiers reste sceptique : “Cela va rendre le métier de plus en plus difficile. Je pense que c'est une mauvaise idée. Sans notre générosité et notre passion, la grande majorité des œuvres d'art que nous défendons aujourd'hui aurait disparu”.»³⁶¹

Les restitutions peuvent être perçues comme dangereuses pour le marché, car elles nient la volonté et la possibilité de tous les acteurs de documenter et conserver ces objets ; elles soulèveraient des questions éthiques et des réflexions qui peuvent potentiellement amener à une raréfaction des objets en Occident, un scénario craint par les galeristes qui avouent déjà leurs problèmes à trouver des pièces à vendre³⁶² ; elles déplaceraient potentiellement l'intérêt pour ces objets en Afrique ou dans leur pays d'origine, diminuant l'intérêt des collectionneurs européens pour ces objets ; elles videraient les collections des musées ethnographiques, privant les galeristes de la légitimité institutionnelle qui permet de fixer ou d'augmenter le prix d'un objet ; elles ouvriraient potentiellement la porte à une législation qui prônerait des retours non seulement institutionnels, mais aussi individuels, mettant en péril les collections privées ; etc.

D'autres acteurs voient cependant ces restitutions d'un bon œil, sinon avec une certaine indifférence, comme le directeur du département d'art africain et océanien de Christie's en 2016 : *«Je suis très content de cette annonce. Cela veut dire qu'il y a un intérêt au Bénin pour leur patrimoine. C'est un bon signe.»³⁶³*

³⁶¹ Interview de Serge Schoffel accordée à la RFI, le 10 septembre 2016.

³⁶² Voir chapitre 2, point Le marché moyen et le discours de la crise, p. 124.

³⁶³ Bruno Classens, dans une interview donnée à RFI le 10 septembre 2016 à l'occasion de l'initiative du Bénin d'exiger le retour de certains objets.

Le fait est que les restitutions concernent davantage les musées et les institutions publiques (de recherche, d'enseignement, de culture). Ainsi, seuls les objets des collections publiques sont rendus, ce qui n'affecte en tout cas pas le marché dans son offre, puisqu'il s'agit d'objets déjà situés hors du marché et inaliénables. En outre, pour certains acteurs, les restitutions et surtout les débats politiques et médiatiques à leur sujet rendent visibles les objets ethnographiques et la valeur patrimoniale de ces objets, favorisant leur intérêt auprès de certains collectionneurs ; elles témoignent de l'intérêt des pays émergents pour leur patrimoine et donc d'une ouverture souhaitée par le marché en direction de ces pays ; elles affaibliraient les collections publiques et ce faisant donneraient davantage de pouvoir aux collections privées qui pourraient être sollicitées pour compléter des expositions, des publications, favoriser des recherches, etc.

Si les restitutions représentent indubitablement un enjeu important du champ, il est par conséquent encore difficile aujourd'hui pour les acteurs de se prononcer sur les conséquences financières ou patrimoniales des décisions qui pourront être prises à ce sujet. Elles sont en tout cas une illustration des éléments extérieurs au champ qui peuvent peser sur les stratégies de chacun, et ce de façons très différentes. Elles nous montrent comment les décisions politiques nationales ou internationales sous-tendent la construction de la valeur des objets ethnographiques.

La création de conventions partagées

Malgré le caractère apparemment subjectif de la constitution de la valeur et la place importante faite à l'irrationnel, à l'émotion et aux pratiques spéculatives, les critères que nous avons définis sont toujours mobilisés par les acteurs pour valider la valeur d'un objet et sont considérés comme des qualités intrinsèques des objets, non modifiables, substituables ou contestables. C'est que le subjectif doit être objectivé pour que la transaction des objets puisse avoir lieu : sans stabilisation, le consensus sur le prix et la valeur des objets est difficile à trouver et donc l'échange ne peut se faire dans de bonnes conditions.

Un cadre commun est ainsi créé qui définit un horizon normatif de la proportion acceptable d'irrationnel et de subjectif dans la transaction (Beck, 2001 [1986] : 51). Ce cadre est obtenu au terme d'un consensus de la majorité des acteurs et permet de fixer la valeur autour d'un socle de connaissances

communes dont l'importance est majoritairement partagée. Il s'agit de rendre le prix plausible, crédible et légitime. Jean-Pierre Dupuy détaille ce cadre ainsi :

«[il] est envisagé, non comme le résultat d'un contrat primitif ainsi que le supposent les théories contractualistes, mais plutôt comme une théorie, un paradigme (Orléan), un sens commun (Dupuy), un modèle cognitif (Favereau), un système de connaissance (Salais), des représentations, une structure d'information, etc., qui construisent les informations jugées pertinentes et utiles pour l'action et déterminent la nature des objets qui peuvent servir de ressources. (Eymard-Duvernay, Thévenot)» (Dupuy, Eymard-Duvernay, Favereau et al., 1989 : 142)

Ce cadre est donc une convention économique et sociale, telle que la définit Sagot-Duvaurox (2004 : 285) : «*la production endogène d'une croyance partagée par tous*», le besoin de cadre étant encore intensifié par le contexte d'incertitude qui plane dans ce champ. Se développent des comportements mimétiques qui ont pour objectif de donner du sens aux pratiques. Pour Sagot-Duvaurox, ces conventions sont extrêmement importantes dans les mondes de l'art et elles sont dynamiques : elles ne sont en effet pas les mêmes selon les époques et les contextes. On peut même affirmer qu'elles ne sont pas les mêmes suivant les champs de l'art, puisque Dominique Sagot-Duvaurox (2004 : 296) et Nathalie Heinich (2014a) définissent la convention ayant cours dans le champ de l'art contemporain comme une convention d'originalité alors que, comme nous l'avons vu, ce critère n'est pas le plus important dans le champ de l'objet ethnographique, par exemple.

Pour que ces conventions existent et perdurent, elles doivent être fixées par des instances légitimantes qui possèdent une parole d'autorité dans le champ. Comme dans les autres champs de l'art, l'enjeu principal de la construction et de la fixation de la valeur consiste pour les acteurs à s'approprier cette position dominante et à développer certaines stratégies de domination du champ (Lahire, 2015). L'enquête de terrain montre que, de façon transversale, ces stratégies relèvent majoritairement de procédés rhétoriques et argumentatifs articulés en discours dont l'objectif est la maîtrise de l'information et des connaissances circulant dans le champ. Cette idée réapparaît aussi fréquemment dans les entretiens menés par Estelle Fossey et publiés en annexe à sa thèse, comme l'entretien avec la Galerie Entwistle (annexe I, p. 24) : «*les collectionneurs aujourd'hui aiment bien habiller de l'art tribal avec les tableaux modernes, c'est notre façon de voir les choses et nous avons des difficultés à apprécier les objets pour ce qu'ils représentent dans l'esthétique africaine.*»

Justifier les critères de valeur en s'appuyant sur d'autres marchés

Ainsi, les acteurs développent et mobilisent des stratégies qui visent à créer des cadres de référence communs, rationnels et documentés, fondés notamment sur l'histoire des objets et du champ, leur permettant de définir les méthodes d'évaluation comme des états de fait, alors qu'elles relèvent de constructions et de processus dynamiques. Comme l'explique un galeriste :

«Aujourd'hui, il n'y a plus rien à trouver, qui soit authentique, de belle qualité, par contre c'est l'heure de redéfinir qui est quoi et qu'est-ce qui est bien.»³⁶⁴

La liste de ces stratégies, de façon générale, est maintenant assez bien connue, comme le résume Callon (2017 : 157) :

«Elle [la stratégie] inclut ce qui permet d'extraire et de produire des informations, de les collecter, de les traiter, de les combiner, de les synthétiser et de les refaire circuler. À côté des labels, marques, standards et autres appellations contrôlées dont il vient d'être question, on trouve, entre autres dispositifs, les manuels, guides, magazines spécialisés, catalogues, foires, salons professionnels, démonstrations publiques ou privées, bref tout ce qui permet d'en savoir plus sur les biens et d'avancer dans l'explication de leurs qualités. Il faut ajouter à ces dispositifs traditionnels, les différents outils informatiques (bases de données, algorithmes mathématiques).»

Le terrain mené pour cette recherche a mis en évidence toutes ces stratégies, comme celles de mobiliser l'histoire du champ et le canon constitué par les prédécesseurs. J'ai choisi de m'arrêter ici sur un exemple de ces stratégies peu traité dans la littérature concernant les objets ethnographiques : l'utilisation d'autres champs artistiques pour justifier des pratiques et des fonctionnements en cours.

On sait à quel point le parallèle avec d'autres champs artistiques peut être déterminant : l'art oriental et les antiquités pour la formation du marché, l'art moderne pour sa reconnaissance, etc. Aujourd'hui, le parallèle avec d'autres champs artistiques est fréquent, que ce soit pour emprunter des arguments aux discours déjà existants ou pour adopter les mêmes structures de fonctionnement. Ces parallèles relèvent d'une stratégie de légitimation

³⁶⁴ Entretien avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

et de justification dont nous allons voir les détails et les spécificités : si le parallèle avec l'art moderne semble le plus évident et est régulièrement employé pour justifier des qualités formelles ou des pedigrees d'un objet, il est intéressant de noter qu'on recourt de plus en plus au parallèle avec l'art contemporain, notamment pour légitimer les fonctionnements du champ.

L'art contemporain : légitimer le fonctionnement du champ par la nature des œuvres

Artistes, œuvres, manières de vendre, d'exposer, de conserver ou d'appréhender les objets, différents parallèles entre art contemporain et art africain et océanien se retrouvent dans les discours et les pratiques des acteurs. Ainsi, le paradigme contemporain³⁶⁵ est aussi bien cité comme modèle pour son fonctionnement (notamment à cause de la forte place qu'il s'est faite sur le marché) qu'utilisé pour mettre en évidence des affinités entre objets ethnographiques et œuvres contemporaines. Les acteurs comparent en effet souvent les caractéristiques des objets ethnographiques avec les œuvres d'art contemporain. Les objets de ces deux champs artistiques ont essuyé la même critique fondamentale : ne pas être de l'art³⁶⁶. L'art contemporain et l'art africain et océanien ont pour point commun de bouleverser certains codes de l'ordre artistique précédemment établi, par la nature et les caractéristiques mêmes des objets : absence de considération du plan pictural, absence de critères esthétiques, usage de matériaux diversifiés, souvent organiques (cheveux, excréments, sang, etc.), problèmes de conservation, d'exposition, de restauration, enfin limites juridiques nébuleuses. Par ailleurs, ces deux champs sont pétris d'incertitudes : les problèmes liés à la définition des critères de valeur et l'importance des émotions sont des points qui s'y retrouvent.

³⁶⁵ Au sens où le définit et le défend Nathalie Heinich dans *Le paradigme de l'art contemporain* (2014a). Cette dernière identifie trois paradigmes, au sens de Thomas Kuhn, dans l'art : le moderne, le classique et le contemporain, qui se distinguent en termes esthétiques, mais aussi institutionnels, économiques et logistiques. Un des éléments fondamentaux du paradigme contemporain est que « l'œuvre ne réside plus dans l'objet proposé par l'artiste » (p. 89), mais réside dans « un au-delà de l'objet ». Le paradigme contemporain se caractérise par la « dématérialisation, conceptualisation, hybridation, éphémérisation, documentation » (p. 104).

³⁶⁶ Monique Jeudy-Ballini et Brigitte Derlon dans *La passion de l'art primitif...* rappellent l'histoire de cette réception : la critique des spécialistes postmodernes, les débats autour d'une approche contextualisée, le marchand vu comme un prédateur, etc. Pour l'art contemporain, voir HEINICH Nathalie, *Le paradigme de l'art contemporain...*, pp. 26-27.

Dans un second temps, ces caractéristiques justifient pour les acteurs les parallèles de structuration du champ : la hiérarchie, avec des galeries meneuses et la forte présence des maisons de ventes, la place de la spéculation, les rapports avec le luxe, l'essor de l'événementiel sont autant d'éléments présents dans les deux champs. Ces parallèles de fonctionnement ne sont pas anodins et ne sont pas seulement le fruit de certains points communs dans les caractéristiques des œuvres : ils procèdent aussi d'un effet d'imitation volontaire du marché de l'art contemporain par les acteurs du marché de l'art africain et océanien.

L'art contemporain est premièrement un champ bien connu de ceux-ci : il jouit d'une notoriété certaine dans les milieux artistiques, par les controverses qu'il suscite et les prix importants qu'il atteint. Deuxièmement, de nombreux acteurs du marché de l'art africain et océanien se retrouvent dans le champ de l'art contemporain : les galeristes, qui jouent parfois sur plusieurs tableaux, les collaborateurs divers qui aident sur les foires, les salons, en galeries, dans les montages d'expositions ou l'édition des catalogues, mais aussi et surtout les collectionneurs. Ces derniers sont nombreux à être aussi collectionneurs d'art contemporain et à fréquenter plusieurs sphères artistiques :

«Des acheteurs d'art contemporain, j'en ai plein, je les rencontre grâce aux salons et ils sont de toutes nationalités et ils se disent "pourquoi pas" et ils mettent un premier pied dedans... »³⁶⁷

Les acteurs du marché ont bien compris l'intérêt d'attirer ce genre de collectionneurs généralement pourvus de très grands moyens et établissent donc de nombreux parallèles de type artistique avec l'art contemporain :

«Les arts premiers sont clairement une clé de compréhension de l'art contemporain, car ils explosent les deux notre vision du monde. C'est ce qui s'est passé avec les découvreurs de l'art premier, leur vision a explosé.»³⁶⁸

«Il y a un créneau – qui a été découvert par les salles de ventes – qui est de conseiller à des clients qui achètent de la peinture, de la sculpture contemporaine, de leur dire qu'elle se marie – et c'est vrai – extrêmement bien avec les arts premiers, puisqu'ils ont des racines communes.»³⁶⁹

³⁶⁷ Entretien avec Lucas Ratto à Paris, le 24 novembre 2015.

³⁶⁸ Entretien avec Helena Heukeshoven à Paris, le 15 juillet 2014.

³⁶⁹ Entretien avec Pierre Loos à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

«*Sotheby's, a compris il y a quelques années l'intérêt que pouvaient avoir des collectionneurs d'art moderne ou d'art contemporain pour l'art tribal et l'art africain, car il y a des vraies corrélations entre les deux domaines.*»³⁷⁰

Cette mise en avant du lien passe par des expositions mêlant art africain et océanien et art contemporain par exemple, qui ont fleuri ces dernières années, tant dans les galeries que dans les musées d'ethnographie : ainsi à l'exposition *Gastspiel* au musée Rietberg de Zurich³⁷¹, à la Brafa 2015 où les œuvres de Joseph Henrion ont été exposées par Serge Schoffel, etc. (voir tableau 1).

Outre les parallèles artistiques, les acteurs se calquent aussi sur le même fonctionnement que le marché de l'art contemporain en développant des outils similaires. Ainsi, les bases de données des résultats de ventes aux enchères ont commencé à voir le jour dans le champ de l'art africain et océanien récemment, sur le modèle de ce qui se fait dans le champ de l'art contemporain, extrêmement dynamique et efficace :

«*J'ai senti qu'il y avait un besoin ou qu'il allait naître très rapidement, car il était déjà là pour l'art contemporain où il y a tellement d'informations qu'on ne peut pas suivre. Il faut des bases de données pour suivre le marché.*»³⁷²

L'essor de l'événementiel procède également de cette tendance à se calquer sur les fonctionnements d'autres champs artistiques, de même que l'exploitation de l'effet de snobisme ainsi que de la course aux records que mènent les maisons de ventes aux enchères. Pénétrant le monde des affaires et du luxe, les objets ethnographiques sont aujourd'hui utilisés comme image de marque, de pouvoir et de richesse, comme une certaine partie des œuvres d'art contemporain.

Il existe certes des points communs entre ces deux champs, notamment dans les caractéristiques des œuvres, mais il est important de voir que ces points communs sont largement repris, étendus et exploités dans les discours et les pratiques d'acteurs pour justifier de certains fonctionnements du champ. L'art contemporain offre ainsi les prises à la rationalisation

³⁷⁰ Entretien avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

³⁷¹ Exposition *Gastspiel: Schweizer Gegenwartskunst*, musée Rietberg de Zurich, du 12 juillet au 9 novembre 2014.

³⁷² Entretien avec Aurélien Cuénot à Paris, le 31 octobre 2016.

Tableau 1. Expositions présentant de l'art moderne et/ou contemporain.

Exposition	Art moderne	Art contemporain
<i>Tatoueurs, tatoués</i>		X
<i>The Color Line</i>	X	X
<i>Maîtres de la sculpture</i>	X	X
<i>Persona</i>		X
<i>Charles Ratton</i>	X	
<i>Jacques Chirac et le dialogue des cultures</i>	X	
<i>Tiki Pop</i>	X	
<i>Éclectique</i>	X	
<i>Homme blanc, Homme noir</i>	X	
Exposition permanente du musée du quai Branly – Jacques Chirac		X
<i>C'est pas la mort</i>		X
<i>Hors-Champs</i>		X
<i>Imagine Japan</i>		X
Serge Schoffel, Brafa 2015	X	
Bernand Dulon, Parcours des Mondes, 2014	X	
Didier Claes, Biennale, 2014	X	
Bernard de Grunne, Biennale, 2014	X	
Didier Claes, Brafa 2015	X	
Dartevelle, Parcours des Mondes, 2016	X	

de ces pratiques, malgré un nombre important de divergences, jamais ou peu soulignées. Ainsi, le rapport à l'artiste créateur est appréhendé complètement différemment entre les deux champs, l'art contemporain étant loin d'annihiler complètement la figure de l'artiste; si les deux champs transgressent un certain nombre de règles propres aux autres sphères de l'art, les acteurs du champ de l'art africain et océanien ne cherchent pas à jouer avec les limites de l'art mais, au contraire, à démontrer que les œuvres qui les intéressent s'inscrivent dans le champ

de l'art; la suppression totale de l'objet, qui a souvent lieu dans le champ de l'art contemporain (Heinich, 2014a: 89-113) est inenvisageable dans le champ des objets ethnographiques où le toucher – et donc l'aspect tangible des objets – est un aspect fondamental des œuvres.

L'art moderne : légitimer les qualités intrinsèques des objets

Les acteurs mobilisent alors un autre champ pour calquer leur vocabulaire et leurs pratiques de mises en valeur des qualités formelles des objets : l'art moderne. Ce dernier sert régulièrement de système de compréhension et de justification des critères de valeur des objets ethnographiques. Estelle Fossey (2011: 210) a montré dans son enquête sur le goût des collectionneurs que les prix des objets de la vente *Vérité* en 2006 révélaient un engouement beaucoup plus fort pour les pièces liées à une esthétique moderniste et surréaliste. Nous avons vu dans l'historique la place importante de l'art moderne dans la reconnaissance des objets ethnographiques sur le marché – mais aussi dans les institutions selon les acteurs du marché³⁷³. Ce parallèle est perpétuellement entretenu au sein des discours argumentatifs : les expositions mettent régulièrement en parallèle des objets ethnographiques et des œuvres modernes³⁷⁴, perpétuant ainsi le système de pensée de l'histoire des arts africains et océaniques.

Cependant, si des parallèles formels existent entre ces œuvres, il en existe aussi d'autres avec d'autres champs artistiques³⁷⁵, comme l'art gréco-romain. La mobilisation de l'art moderne relève donc d'un procédé argumentatif permettant de fournir les prises à la rationalisation des critères de valeur des objets ethnographiques. Elle contribue aussi à perpétuer une vision fantasmée et idéalisée de l'histoire du champ. Dans les deux cas, art moderne et art contemporain permettent de fournir des outils de justification de l'échelle de valeurs ainsi qu'une rationalisation des discours et des pratiques dans et sur le champ. Ces points communs (histoire, forme, nature des œuvres, etc.) sont largement repris et exploités pour fournir des schémas de comportement à adopter ou des justifications des prix proposés. L'art contemporain procure des exemples de traitement (conservation, restauration, exposition), de discours applicables aux objets

³⁷³ Voir chapitre 1, point Artifier la catégorie : l'art moderne, p. 55.

³⁷⁴ Voir tableau 1 p. 261.

³⁷⁵ Voir chapitre 1.

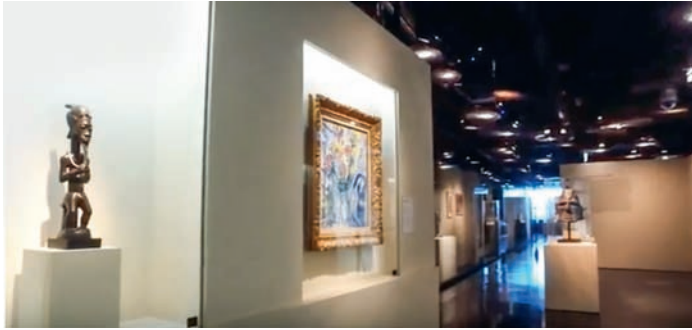


Figure 1. Vue de l'exposition *Éclectique*, musée du quai Branly – Jacques Chirac. Photo. A. D.



Figure 2. Vue du stand de Bernard Dulon, *Parcours des Mondes*, 2014. Photo A. D.

«*qui nous semblent étranges ou étrangers*»³⁷⁶, ainsi qu'une manière de faire fonctionner le marché (développement de l'événementiel, par exemple). L'art moderne permet d'entretenir et de justifier des critères

³⁷⁶ Damian Christinger définit ainsi le rapport entre objets d'art contemporain et objets ethnographiques dans le cadre de l'exposition *Gastspiel* du musée Rietberg de Zurich. Propos recueillis par Michel Masserey pour l'émission *Vertigo* sur l'art contemporain, RTS, 6 octobre 2014.

de valeur (pedigree, ancienneté, critères formels jugés comme beaux), de perpétuer une vision fantasmée de ces objets et de leur histoire.

Choisir l'art moderne et l'art contemporain comme points de repère ou comme modèles relève donc d'une décision, prise par certains acteurs du champ et reconnue par l'ensemble des autres. Ces ensembles de décisions forment un cadre de pratiques et de représentations jugées comme acceptables dans le champ, majoritairement géré grâce au storytelling.

Maîtriser l'information relative au cadre commun : musées et marchés face à face

L'information n'est pas répartie de façon symétrique dans le champ et deux éléments dominant dans ce système : une incertitude sur les stratégies de chacun (opacité) et une incertitude sur les informations (méconnaissance). Les biens du champ de l'objet ethnographique étant majoritairement constitués de ce que la littérature économique qualifie de caractéristiques de confiance et d'expérience³⁷⁷, les acteurs impliqués dans la transaction font face à d'importants problèmes d'informations. L'information peut être inconnue de l'acheteur, du vendeur ou des deux parties, mais différents niveaux d'informations peuvent aussi être connus ou non par les différents acteurs et leurs réseaux. L'information et la connaissance de cette information permettent de produire les rationalisations des critères de valeur, de les justifier, de les supprimer ou de les créer. Répartir l'information, définir quelles sont les informations importantes et qui peut ou doit les avoir, justifier des informations pertinentes et intéressantes est au cœur du champ et permet de rationaliser et de justifier les pratiques et les statuts de chacun ainsi que de structurer les relations au sein du champ. Lorsque les incertitudes sont élevées, le champ a besoin d'un signal de qualité émis par des instances de légitimations reconnues.

³⁷⁷ La littérature économique (Darby et Karni, 1973; Nelson, 1970) différencie généralement les biens de recherche (qui possèdent des qualités appréciables avant l'achat), les biens d'expérience (qui possèdent des qualités appréciables après sa consommation) et les biens de confiance, dont les caractéristiques, ne pouvant être appréciées directement par le consommateur, l'oblige à s'en remettre à des tiers pour juger (experts qui attestent de l'authenticité, etc.). Voir DARBY Michael, KARNI Edi, «Free competition and the optimal amount of fraud», *The Journal of Law and Economics* 16(1), 1973, pp. 67-88; NELSON Phillip, «Information and Consumer Behavior», *Journal of political economy* 78(2), 1970, pp. 311-329; MAIRESSE François, ROCHELANDET Fabrice, *Économie de la culture... au sujet de la définition d'un bien culturel*.

Celles-ci diffusent des connaissances et des informations qui permettent de diminuer le taux d'incertitude : c'est souvent le rôle de l'histoire de l'art comme des musées, qui fonctionnent pour les marchés de l'art moderne, classé ou contemporain comme une accréditation.

Sur ce terrain, les connaissances importantes se sont révélées être de deux types : les connaissances sur les objets mêmes et les connaissances sur la structure du champ.

« On est dans une strate autre de la connaissance, c'est la connaissance du marché, de toutes les pièces qui sont passées sur le marché. Ça demande de connaître, car ça dit quelque chose sur les objets : ceux qui apparaissent, qui disparaissent, où est-ce qu'un tel obtient ses pièces, etc. »³⁷⁸

Cette importance accordée à l'information rejoint les thèses de certains économistes pour lesquels nous sommes entrés, depuis la fin du XIX^e siècle, dans une économie du savoir où l'importance n'est plus accordée aux échanges d'objets, mais aux échanges d'informations et où le capital ne se mesure plus en argent, mais en informations³⁷⁹. Qui détient l'information et la connaissance peut prétendre à un statut légitime et a une parole d'autorité ; maîtriser l'information est donc un enjeu fondamental du champ, mais les moyens d'y parvenir dépendent aussi du rôle et de la place de chacun dans le champ.

Les informations sur les objets et les informations concernant les critères de valeur, plus précisément, se répartissent inégalement entre marchés et musées. Dans les autres champs de l'art – art contemporain exclu – c'est généralement la sphère institutionnelle et académique qui possède la parole d'autorité sur les objets, comme le rappellent Boltanski et Esquerre (2014 : 48-49) :

« Les musées ont pu exercer une action sur la détermination des différences appelées à devenir, avec le temps, conventionnellement pertinentes, et par là même sur les contours de la collection idéale que de nouveaux collectionneurs devront adopter comme principe régulateur. »

³⁷⁸ Entretien avec un conservateur du musée du quai Branly – Jacques Chirac en 2014.

³⁷⁹ Aussi dénommée économie de la connaissance, économie de l'immatériel ou capitalisme cognitif, voir pour les premières hypothèses de cette forme d'économie MACHLUP Fritz (1962), *Production and distribution of knowledge in United States* et le rapport de NORA Simon et MINC Alain sur l'informatisation de la société (1978) ; pour un développement plus récent, voir MOULIER-BOUTANG Yann (2007), *Le capitalisme cognitif*.

De même pour Bernard Lahire qui, dans l'affaire du tableau de Poussin (2015), rappelle que l'institution muséale est le principal dispositif de légitimation et de décision des objets considérés comme relevant de la sphère artistique ou non.

Dans le champ de l'objet ethnographique, l'institution muséale assume une partie de ce rôle : elle date les objets, tout d'abord, en confirmant que les objets ont été collectés avant une certaine date et sur le terrain :

« *Quand un objet est dans un musée, pour beaucoup de gens, ça le valide car ça signifie qu'il a été collectionné in situ, donc c'est l'assurance d'avoir un objet authentique et ancien.* »³⁸⁰

De même que le musée valide certains artistes classiques, modernes ou contemporains, les collections du musée d'ethnographie valident certains styles, ou certaines « mains », comme le montre cet argument utilisé par un marchand auprès d'un collectionneur lors d'une de mes observations : « *Va voir ceux de Branly, cet objet c'est la même main que ceux qu'ils ont !* »³⁸¹. Les expositions organisées par les musées jouent aussi un rôle important : dans la démocratisation du goût et de l'envie de collectionner ces objets, tout d'abord : « *Il y a plein de gens qui se mettent à acheter de l'art africain, pas parce qu'ils ont vu une vente Sotheby's, mais parce qu'ils ont vu une expo et qu'ils se disent "Tiens je trouve ça sublime !"* »³⁸² ; « *Le quai Branly – Jacques Chirac, ça a démocratisé la chose* »³⁸³ ; « *Quand il y a eu l'exposition Côte d'Ivoire, j'ai eu des gens qui se sont dit "Tiens, j'aimerais bien avoir cet objet-là, j'ai trouvé ça beau"* »³⁸⁴ ; etc.

Par effet de ricochet, les expositions font alors aussi augmenter la valeur des objets présentés, même s'ils n'appartiennent pas à l'institution, l'ensemble des acteurs s'accordant à penser que si un objet a été présenté dans une exposition, sa valeur est certifiée : « *Les grandes expositions servent de référence et aident à asseoir la valeur monétaire* »³⁸⁵ ; « *Je ne vous cache pas*

³⁸⁰ Entretien avec un galeriste à Bruxelles en 2015.

³⁸¹ Entretien avec Anthony Meyer à Paris, le 10 septembre 2014. On peut aussi observer très clairement ce phénomène dans les publications des marchands, par exemple le *Journal* de Claes, édité par le galeriste bruxellois Didier Claes à l'occasion de certaines foires, présente les objets à vendre mis en parallèle avec leurs équivalents des collections muséales (« *Journal de Claes* », supplément gratuit distribué avec *Art Auction*, septembre 2013). Cependant, l'attribution de « mains » à certaines séries d'objets relève de l'entreprise encore très hasardeuse aujourd'hui.

³⁸² Entretien avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

³⁸³ Entretien avec un galeriste à Bruxelles en 2015.

³⁸⁴ Entretien avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

³⁸⁵ Entretien avec une assistante de galerie en 2014.

*qu'il y a des sujets qu'on n'a pas traités [en exposition] parce que trois ans à l'avance, des gens ont su et ont demandé à ce que ces types d'objets soient collectés ou fabriqués*³⁸⁶; *«L'exposition est une forme de reconnaissance, et du coup d'une manière générale tout prend de la valeur»*; *«L'exposition donne une plus-value d'au moins dix pour cent»*³⁸⁷.

Pourtant, l'influence du musée peut à certains moments et dans certaines situations se retrouver rapidement limitée : sa légitimité à consacrer certains objets est démontée par l'histoire des collectes et de la constitution des collections, bien connue et transmise dans le milieu ; le caractère aléatoire et orienté des collectes³⁸⁸ est généralement brandi pour contrecarrer la position de l'institution muséale :

*«Vous voyez le quai Branly c'est, je ne sais pas, un million de visiteurs, il n'y en a pas 0,1 % qui collectionne, donc je ne pense pas que ça ait une influence du tout. D'ailleurs c'est un peu un mystère pour moi, sachant qui va au quai Branly – Jacques Chirac, les expos qui marchent, qui marchent moins bien.»*³⁸⁹

Les musées d'ethnographie souffrent d'une crédibilité vacillante dans le champ : ceux-ci ne se seraient intéressés, selon le récit historique³⁹⁰, que très récemment aux objets eux-mêmes, puisque très vite l'ethnologie s'est éloignée d'une analyse focalisée uniquement sur les qualités intrinsèques des objets, délégitimant les scientifiques du domaine. La place de la parole d'autorité s'est donc trouvée vacante et est revendiquée aujourd'hui par un grand nombre d'acteurs : il est largement répandu de citer le marché comme l'acteur de la reconnaissance, et donc comme un connaisseur historiquement plus ancien des pièces, détenant une parole plus crédible que les institutions. En outre, les marchés possèdent les informations relatives à la structure du champ : les maisons de ventes détiennent les registres de ventes, les marchands des connaissances sur leurs collectionneurs. Le marché se positionne alors dans certains cas comme l'autorité normative dont les prix sont le reflet de la valeur exacte d'un objet³⁹¹.

³⁸⁶ Entretien avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

³⁸⁷ Cette citation et la précédente sont extraites d'un entretien avec Emmanuel Kasarhérou à Paris, le 10 septembre 2015.

³⁸⁸ Voir REUBI Serge, «La mécanique du départ...», p. 92; et DEBAENE Vincent, «Étudier les états de conscience...», p. 25.

³⁸⁹ Entretien avec Aurélien Cuénot à Paris, le 31 octobre 2016.

³⁹⁰ Voir chapitre 1, Bilan, p. 100.

³⁹¹ Un argument souvent utilisé par les marchands et les maisons de ventes pour qui le prix révèle la qualité véritable d'un objet.

Si le marché possède des avantages historiques, il reste que c'est une institution muséale qui a légitimé et officialisé la reconnaissance de ces arts dans le discours des acteurs du champ. Les deux acteurs fonctionnent ainsi dans des processus de légitimation parallèles : le poids de l'institution muséale semble encore fort, mais ce discours d'autorité ne s'est fait qu'au prix d'une éviction – en tout cas à l'image – du discours scientifique et de l'ethnologie, puisque l'institution ne compte qu'une minorité d'ethnologues et a été régulièrement accusée de privilégier l'esthétique au détriment d'une réflexion approfondie sur les objets et les cultures : « *Ce ne sont pas les bons et les méchants, c'est plus compliqué que ça. Quand vous voyez le niveau de connaissance de ces marchands, ils sont autant experts que nous.* »³⁹²

Musées et marchés fonctionnent ainsi en parallèle, travaillant, d'une part, à asseoir des récits qui légitiment et rationalisent les critères de valeur faisant foi dans le champ, et d'autre part, à se positionner comme des connaisseurs, capable d'influencer les pratiques spéculatives. Ces stratégies narratives sont en effet concentrées sur la maîtrise de la connaissance : se focaliser et mettre en avant la recherche produite, et développer les outils de visibilités de ces recherches (les expositions et les catalogues).

Si la situation peut s'apparenter à une opposition et à une lutte entre marchands et musées, dans laquelle un rapport de pouvoir pour le maintien de la parole d'autorité se met en place, ces oppositions sont parfois articulées de façon très bancal ou complexe, puisque l'objectif est *in fine* d'une difficulté extrême : objectiver (par de la connaissance et de l'information légitimée) du subjectif (des pratiques fondées sur l'émotion et l'irrationnel) de façon à justifier les prix et les critères de valeur des objets³⁹³. La dynamique est ainsi plus compliquée et les uns et les autres ont conscience de l'importance de chacun dans le champ, ce qui donne lieu d'une part à des collaborations et, d'autre part, au dédoublement des circuits de reconnaissance des objets et des critères de valeur.

Les collaborations, comme nous l'avons vu ci-dessus, se déploient sur des plans précis : l'échange de savoir-faire ou de pratiques, et la production conjointe des savoirs et des informations.

³⁹² Entretien avec Nicolas Cauwe à Bruxelles, le 21 avril 2015.

³⁹³ Voir l'analyse de LAHIRE Bernard, *Ceci n'est pas un tableau...*, p. 309 qui reprend aussi ces oppositions et note qu'elles sont observables de façon générale dans le champ de l'art et dans l'histoire des processus d'attribution.

L'échange de savoir-faire est favorisé par la circulation de personnes. Nous avons vu qu'il existe un nombre non négligeable d'anciens collaborateurs de musées travaillant en galerie, ou d'acteurs aux multiples casquettes. Les institutions muséales, de leur côté aussi, empruntent pratiques ou savoir-faire aux marchands³⁹⁴. Les collaborations, nous l'avons vu, sont fréquentes depuis longtemps et les zones grises entre les deux partis se multiplient ces dernières années à la faveur du contexte économique et politique et des mutations du secteur culturel, laissant présager la naissance de « *manières plus complexes de travailler* » :

*« Il y a un tel besoin d'informations, de bases de données, que finalement, entre les ressources des marchands, des maisons de ventes, des musées, il y a peut-être quelque chose qui va s'unir de façon différente. C'est là où moi je vois fondamentalement quelque chose d'intéressant. On va voir. »*³⁹⁵

Le brouillage des frontières observé sur le terrain et décrit en première partie de ce chapitre, de même que l'importance d'un système donnant-donnant, se retrouvent ici : l'économie de la connaissance nécessaire à la fixation de la valeur des objets dans ce champ implique un partage d'informations, au sens d'une adhésion à un cadre cognitif commun. La production des richesses ou l'acquisition des biens n'est, au final, pas l'objectif majeur : l'achat d'objets par les musées est en effet rare, la majorité des activités se situant sur des plans différents, relatifs à cette économie de la connaissance et à des stratégies pour obtenir une place dominante. Ainsi, dans le champ de l'objet ethnographique, les circuits de reconnaissance des objets sont dédoublés. Ils s'effectuent à la fois dans le domaine privé (galeries ou maisons de ventes aux enchères) et dans le domaine public (musées d'ethnographie). Non seulement les circuits se dédoublent, mais ils s'interpénètrent aussi fortement, puisqu'à certains niveaux, la sphère marchande se rapproche du musée en adoptant un rôle consécuteur, doté d'une crédibilité élevée, tandis que l'institution muséale adopte, avec le développement du néo-libéralisme et les mutations du secteur culturel tout entier, certains aspects des sphères privées, tels que la découverte de nouvelles formes artistiques, l'application de diverses mesures de marketing, un travail sur l'image et le développement de l'événementiel et de la starification.

³⁹⁴ Les expositions en sont un exemple parlant sur lequel nous revenons dans le chapitre suivant, mais pensons aussi aux relations vues plus haut.

³⁹⁵ Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

Le développement de la recherche et la mise en visibilité de cette dernière semblent être le cœur de la stratégie de l'ensemble des acteurs du champ pour se positionner dans le champ. Du côté des institutions muséales, cette focale s'observe dans les discours – mettant régulièrement en avant cette mission du musée qui doit se développer dans tous ses domaines (collections, expositions, etc.) – mais aussi dans des partenariats de plus en plus fréquents entre des laboratoires ou des centres de recherche, voire la mise en exergue de l'existence de départements ou de centres de recherche internes au musée. Si ce retour récent des liens avec la recherche n'est pas propre aux musées d'ethnographie et procède d'une réflexion générale de l'institution muséale récemment amorcée dans le champ, il est cependant intéressant de noter que, sur ce terrain en particulier, cette stratégie sert aussi des intérêts de légitimation importants qui s'observent aussi du côté du marché : les marchands mettent continuellement en avant une – plus ou moins grande – recherche sur les objets : « *Il y a du travail derrière* »³⁹⁶ ; « *Il y a des recherches à faire, on retrouve des objets...* »³⁹⁷ ; « *Ça demande du temps, on travaille avec les archives du musée, on ne fait pas qu'acheter ou vendre, on fait des dossiers complets* »³⁹⁸ ; « *Un catalogue, une recherche, fait par moi, c'est comme ça que je travaille : recherche dans les livres, sur internet, etc.* »³⁹⁹

Au-delà de la caricature du marchand simplement intéressé par l'esthétique, la forme ou certains critères intrinsèques des objets, les marchands tendent aussi à compenser leur non-institutionnalisation en soulignant leurs connaissances : « *Je crois que la base de tout c'est la connaissance. J'avais juste comme bagage l'envie de connaître. C'est ça qui m'a permis d'avancer. La connaissance c'est la seule base* »⁴⁰⁰ ; « *Mais la base c'est ça, c'est la connaissance* »⁴⁰¹. « *Avoir des objets, les présenter de manière esthétique c'est une chose, mais la recherche c'est important* »⁴⁰².

Ainsi, outre les caractéristiques que nous avons vues plus haut, et qui permettent de définir un bon marchand (filiation, formation, appartenance à des groupes d'experts, etc.), les commerçants spécialistes d'art africain et océanien se sont massivement impliqués depuis une demi-dizaine d'années

³⁹⁶ Entretien avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

³⁹⁷ Entretien avec Judith Schoffel de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

³⁹⁸ Entretien avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

³⁹⁹ Entretien avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

⁴⁰⁰ Entretien avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

⁴⁰¹ Entretien avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

⁴⁰² Entretien avec un galeriste à Paris en 2014.

dans la production de savoirs : catalogues, conférences, expositions, etc. Elena Martinez-Jacquet du Parcours des Mondes de Paris a proposé d'instaurer un cycle de conférences depuis 2015 et la majorité des salons et foires d'art proposent ce type d'événements qui, s'ils participent de l'événementialisation croissante, investissent aussi les marchands d'un rôle de producteurs de savoirs. L'outil majeur de cette production reste le catalogue : comme le rappelle Kryzstof Pomian (1987 : 54), l'apparition de celui-ci dans le système des ventes publiques est un moment extrêmement important. Les catalogues, mais aussi les publications plus généralistes, se sont beaucoup multipliés, chaque marchand mettant régulièrement en avant l'intérêt de cet outil : « *Ça augmente la notoriété et la reconnaissance* »⁴⁰³ ; « *J'adore cet exercice du catalogue où objet par objet on essaye de faire passer le plus de choses possible tout en étant le plus succinct possible* »⁴⁰⁴ ; « *Des publications j'en ai toujours fait, je trouve que c'est important quand quelqu'un achète une pièce qu'elle comprenne ce qu'elle achète [...]. Il y a toute une histoire derrière les objets, donc j'apprécie que les gens puissent la lire* »⁴⁰⁵ ; « *Avec les catalogues, la Fondation Dapper a donné une chance à l'ethnographie* »⁴⁰⁶.

L'objectif principal de ces outils est de faire autorité dans le champ et d'ainsi définir leur producteur comme un acteur principal de la rationalisation des critères de valeur du champ. Il est cependant intéressant de noter que cette stratégie possède des caractéristiques : tous les acteurs mettent en effet en avant la spécificité de leur stratégie. Focaliser sur la recherche et la connaissance serait une particularité de leur pratique : « *Je pense que [je suis] un des rares, vraiment, les marchands ne le font pas beaucoup en général* »⁴⁰⁷ ; « *Ouverture des archives, collaborations faciles... un musée qui refuse de donner des informations, ce n'est pas un musée qui fait son métier* »⁴⁰⁸ ; « *Je pense que par rapport à d'autres marchands, dans les publications, on est à l'inverse de ce que les autres font* »⁴⁰⁹ ; « *Ce n'est pas un projet de galeriste, le catalogue, l'exposition, le livre : l'idée c'est de faire ça différemment* »⁴¹⁰ ; « *On fait des dossiers*

⁴⁰³ Entretien avec Anthony Meyer à Paris, le 10 septembre 2014.

⁴⁰⁴ Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

⁴⁰⁵ Entretien avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

⁴⁰⁶ Entretien avec Pierre Loos à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

⁴⁰⁷ Entretien avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

⁴⁰⁸ Entretien avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

⁴⁰⁹ Entretien avec Judith Schoffel de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

⁴¹⁰ Entretien avec Judith Schoffel de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

complets, c'est ce qui fait la particularité de notre galerie : quand on vend un objet, on s'engage à faire une vraie recherche»⁴¹¹ ; etc.

Cette stratégie de distinction rejoint celle que nous avons évoquée plus haut, l'enjeu résidant clairement dans la capacité à intégrer le groupe des marchands au sommet de la hiérarchie du marché, capable de générer des effets de snobisme et d'imitation. La recherche et la connaissance sont en outre associées à un véritable engagement, s'opposant à la vénalité et la simple activité lucrative : la recherche se fait par passion, par vocation, cette dernière étant indissociable de l'activité marchande : «*Au fond, on a tous la même vocation qui est d'approfondir la connaissance*»⁴¹² ; «*S'il n'y a pas de passion, il n'y a pas de marché*»⁴¹³, etc.

Ce marché «désintéressé» peut aussi être vu comme un argument-façade pour faciliter la vente, jouer sur l'émotion qui, rappelons-le, est un ressort important de la décision d'achat. Il est en effet important de rappeler que l'enjeu n'est pas d'affirmer que ce sont les marchands – plutôt que les institutions muséales – qui possèdent la connaissance et l'expertise sur les pièces ; l'enjeu est pour chacun de faire croire à une maîtrise de l'information et de la connaissance, de façon à élaborer conjointement un cadre de référence qui stabilise le marché, rationalise et permette de maîtriser la spéculation et sa part d'incertitude : «*Le marché répond à des paramètres tellement impalpables et incohérents parfois. C'est comme ça, c'est comme ça.*»⁴¹⁴

Cependant, ce cadre a pour caractéristique d'être à la fois l'outil de rationalisation des pratiques, donc d'évaluation, et l'outil de valorisation des objets : il est à la fois effet du système et condition à son développement. Il est créé par les acteurs eux-mêmes, mais les contraint comme l'ont souligné les auteurs des *valuations studies* déjà cités en introduction et pour lesquels la *valuation* «*n'a lieu que lorsque quelque chose fait question : quand il y a des difficultés à écarter un besoin, un manque ou une privation à combler, un conflit entre tendances à résoudre en changeant les conditions existantes*» (Dewey, 1939) :

«D'une part, objets et règles s'imposent aux personnes, dans l'instant courant, comme des présupposés dont les conditions sociales de la genèse sont oubliées. D'autre part, étant les produits d'une activité humaine,

⁴¹¹ Entretien avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

⁴¹² Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

⁴¹³ Entretien avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

⁴¹⁴ Entretien avec Pierre Loos à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

leur objectivité et leur forme ne peuvent être complètement isolées des intentionnalités et des actions qui ont présidé à leur création.» (Dupuy, Eymar-Duvernay, Favereau et al., 1989 : 145)

Le processus est donc en deux temps : il commence par un jeu spéculatif où chacun guette les signes du savoir de l'autre, puis une objectivité émerge, que les acteurs pensent exogène ou vont en tout cas définir comme telle. Dans le cas de l'objet ethnographique, ce jeu spéculatif s'est accéléré quand les grandes maisons de ventes aux enchères se sont intéressées à ce type d'objets et ont développé des départements et des outils importants qui ont considérablement modifié le marché : de nouveaux collectionneurs, issus de champs artistiques différents et motivés par des intérêts divers (investissement financier) sont arrivés, les prix les plus importants ont été atteints lors des ventes et non plus en galerie, les pièces importantes passent donc davantage en vente aux enchères⁴¹⁵. Se sont alors développés des critères de fiabilité sur le modèle d'autres champs artistiques (catalogues, identification d'artistes, etc.), mais aussi sur le modèle muséal (ambiance, expositions, mises sous vitrines, expertises, association avec les musées, etc.). Dans un second temps, les critères de valeur de l'objet se stabilisent et l'arbitraire inhérent aux conditions de leur genèse est oublié, ce qui induit une forme d'opacité de la fixation de la valeur. Celle-ci contribue à l'instabilité, mais aussi à la flexibilité du champ, une flexibilité qui permet au marché de se renouveler, de créer des sous-catégories (objets plus contemporains, ou issus du contact avec le monde occidental, ou objets quotidiens, etc.), etc. Les critères mentionnés peuvent donc se relire à l'aune de ce processus et être vus autant comme la base sur laquelle se construit la valeur que les légitimations de l'irrationalité de celle-ci.

La connaissance et l'information sont au cœur de la création de cette convention : *«ce qui est très important dans ce métier, c'est le renseignement. C'est presque plus important que l'objet : qu'est-ce qu'on connaît, qui on connaît.»*⁴¹⁶ L'information est le bien au centre de ces échanges, davantage que l'objet, l'enjeu consistant ensuite à démontrer la possession de cette information de façon à stabiliser le marché et renforcer la convention.

⁴¹⁵ Voir le chapitre précédent.

⁴¹⁶ Entretien avec Anthony Meyer à Paris, le 10 septembre 2014.

La mise en place d'un dispositif argumentatif discursif

La production et la circulation de ces connaissances passent par la production et la circulation de discours sur les objets, ces derniers ne possédant pas au final des qualités intrinsèques, mais offrant des « prises » discursives et narratives (Heinich, 2012a: 187) plus ou moins élevées. La narration est au cœur de ces stratégies qui n'échappent pas « à la douce tyrannie des mots » (Callon, 2017: 170)⁴¹⁷ et qui permettent de créer des fictions, des histoires, de valoriser et de justifier. En effet, si la portée valorisante du discours est indéniable, celui-ci permet aussi de justifier et de rationaliser des critères ou des pratiques existantes jusqu'au moment où ceux-ci sont assimilés et reconnus par tous les acteurs du champ. Ainsi fonctionne la dénomination des objets mise en place par Artkhade, une des bases de données principales pour le marché de l'art africain et océanien :

*« Certaines personnes voulaient garder les tags, car comme c'est assez spécialisé, ça les aidait à savoir la catégorie de masques, parce que chaque masque en gros a un nom. Il y a plusieurs sortes de masques dogons et chacun a un nom. Du coup, il faut les savoir avant de savoir quoi taper. Et ça, avant, ça apparaissait : ils cliquaient sur le nom du masque en question et ils n'avaient que le type de masque qui apparaissait. Ça on a enlevé, ce qui suppose que les gens sachent comment s'appelle le masque. »*⁴¹⁸

Fixer une valeur rationnelle à l'œuvre est donc impossible et l'objet ne peut être apprécié qu'à l'aune du discours produit sur lui-même. L'objet devient activateur et prétexte au discours qui est à la fois descriptif (forme de l'objet) et interprétatif (fonction et émotion) et fournit des prises à la compréhension de l'œuvre en la replaçant dans un ensemble d'œuvres de référence. À une prééminence de l'œil, jusqu'ici outil principal de reconnaissance du beau dans ce champ, se substitue une présence de l'oral qui amène ainsi ce marchand à dire que l'on « apprécie aujourd'hui l'art premier avec ses oreilles »⁴¹⁹ rejoignant notre observation sur le changement des collectionneurs et le virage orienté en direction des

⁴¹⁷ Celui-ci met aussi en avant l'importance de la parole sur les marchés en général en prenant l'exemple des bonimenteurs sur les marchés londoniens (PINCH Trevor, « Performativity and Economic demonstrations ») : la parole du bonimenteur permet de créer le désir d'objet en constituant et attirant un auditoire réceptif, en créant une narration autour de l'objet.

⁴¹⁸ Entretien avec Aurélien Cuénot à Paris, le 31 octobre 2016.

⁴¹⁹ Entretien avec un galeriste parisien, septembre 2014.

discours⁴²⁰. L'œuvre prend le sens que le commentateur projette sur elle et le discours est l'instrument principal de valorisation de l'objet, ce qui rejoint l'une des caractéristiques principales des œuvres d'art contemporain (Heinich 2014: 174-190). Comme celles-ci, l'objet ethnographique est investi d'une intentionnalité, car l'œuvre exprime, représente et questionne.

Bilan

L'analyse des relations entre musées et marchands nous a amenés à observer que d'autres activités que la vente et l'achat constituent l'essentiel de ces relations; que les frontières entre acteurs sont largement poreuses, mais que malgré cela, une catégorisation assez stricte des rôles était opérée par l'ensemble des acteurs du champ. On observe ainsi une distinction entre discours et pratiques, dans laquelle les premiers visent à affirmer et réaffirmer des catégories, fixer des critères de valeurs, alors que les secondes les transgressent et les déplacent régulièrement; cet effort de catégorisation a pour objectif de fixer la valeur des objets dans un champ largement indéfini et dont la circonscription consiste aussi à définir l'Autre, dont les contours sont esquissés au gré des agendas politiques et des contextes socio-historiques. Ainsi, les critères considérés comme objectifs, et objectivés, tels que l'ancienneté, le pedigree, etc., peuvent être vus à l'aune des fantasmes des acheteurs et collectionneurs, mais aussi des institutions muséales. Ainsi l'ancienneté correspond à l'idée que ces objets sont importants, car s'ils peuvent témoigner des usages de groupes sociaux n'ayant pas eu de contacts avec d'autres groupes et particulièrement l'Occident, renvoyant ainsi à une vision romantique et stéréotypée de l'Autre (Benoît de l'Estoile, 2007).

Les «registres de fictionnalités» (Beckert, 2011) à l'œuvre sur tout marché pour établir les conventions et fixer la valeur se déploient donc ici autour d'une vision spécifique de l'altérité, les discours oraux et écrits étant les outils majeurs de la compréhension et de la diffusion de ces critères de valeur.

Un autre média joue un rôle important dans la valorisation, la justification et la circulation des connaissances au sujet des objets et des sociétés productrices de ces objets: l'exposition. Dispositif à la fois constatatif et performatif, elle permet aux discours de prendre corps et contribue ainsi à créer les cadres et à les valider.

⁴²⁰ Voir chapitre 2, Le collectionneur-investisseur, p. 128.

Chapitre 5

Diffuser la valeur : exposer l'altérité pour se l'approprier

L'objet y [dans l'arrière-boutique] est alors étudié, expertisé, son passage chez le restaurateur jugé nécessaire ou non, son soclage envisagé, et mis enfin en réserve. Les liens d'avec l'ancien propriétaire (son histoire, sa présence dans une collection prestigieuse) sont dénoués complètement par le passage dans ces coulisses et le changement d'aspect annoncera la nouvelle identité qu'il n'a pas encore, qu'il attend.

Rolande Bonnain-Dulon, *Art primitif: prix du désir, prix de l'objet*, 2005

La valeur des objets ethnographiques est donc fixée selon un cadre de conventions sociales et économiques défini par l'ensemble des acteurs du champ : musées et marchés participent tous deux à la stabilisation du champ, incertain, dans un mouvement parallèle. Les circuits de reconnaissance sont dédoublés, et le développement et la fixation du cadre de références commun qui, dans le cas de l'objet ethnographique, modèle une vision spécifique de l'altérité, passe par des outils discursifs, dont l'un des plus importants est l'exposition.

Ce chapitre se focalisera sur la façon dont se reproduisent les arguments fixateurs de la valeur, via l'une des modalités principales de diffusion : l'exposition. Cette dernière peut être appréhendée comme un outil aux multiples facettes : elle permet en effet à la fois d'exposer les conventions selon lesquelles les acteurs pensent que l'objet est valorisé, mais aussi de transmettre et de diffuser ces conventions. Dans un champ où le cadre de convention de valeur des objets modèle une vision spécifique de l'Autre, l'exposition est en outre un outil d'appropriation de cette altérité. Finalement, l'exposition est aussi pour chaque acteur un outil de (dé)monstration de sa connaissance, laquelle au cœur des stratégies des acteurs du champ peut permettre de revendiquer ou d'asseoir une position dans l'écosystème du champ.

Appréhender les formes d'appropriation de l'altérité et leur diffusion n'est pas une proposition nouvelle dans la recherche scientifique sur les objets ethnographiques : Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008 : 13-15), par exemple, traitent de cette appropriation par les collectionneurs d'art africain et océanien et incluent l'exposition comme outil important de cette appropriation et de sa diffusion. Nous avons aussi vu dans le premier chapitre de ce travail comment nombre d'auteurs ont souligné le caractère médiatique de l'exposition, vue comme un processus de transmission d'un message signifiant et construit (Karp et Lavine, 1991 ; Mairesse, 2010b ; Mairesse et Hurley, 2012).

Nous verrons donc quelles sont les formes d'expositions présentes dans le champ et qui ont pu être observées durant ce terrain de recherche. Cela devrait permettre de cerner comment elles véhiculent – ou non – les formes de représentation de l'altérité véhiculées par les critères de valeur constitutifs du cadre commun.

Pour ce faire, nous commencerons par revenir sur le terme d'exposition tel qu'il est entendu ici. Cette définition nous amènera à considérer tous les « moments expositionnels » se déroulant dans le champ et à nous pencher sur leurs caractéristiques. Enfin, la deuxième partie de ce chapitre mettra en lumière les différentes modalités d'exposition de l'objet ethnographique et, en les comparant entre institutions muséales et marchés, esquissera les différentes formes de mises en scène des critères de valeurs plébiscitées dans le champ.

Les dispositifs expographiques d'objets ethnographiques et leurs « moments expositionnels »

Donner à voir, mettre en valeur, mettre en exposition, mettre en espace, muséographe, scénographe, expographe, disposer, exposer, présenter,

montrer, installer... La recherche sur les expositions s'est considérablement développée ces dernières années et s'est enrichie de nuances sémantiques et de concepts nouveaux. Il apparaît donc essentiel ici de s'arrêter sur la définition de l'exposition entendue dans le reste de ce chapitre et sur les conséquences méthodologiques et épistémologiques de ces présupposés.

La plupart des définitions élaborées en muséologie ou en histoire de l'art accordent une place importante au dispositif : pour Jean Davallon, l'exposition est un « *dispositif résultant d'un agencement de choses dans un espace avec l'intention (constitutive) de rendre celles-ci accessibles à des personnes* » (Davallon, 1999 : 1) ; pour Claire Merleau-Ponty et Jean-Jacques Ezrati, la muséographie est « *un ensemble de dispositifs* », qui se différencie de la scénographie ou de la mise en espace (Ezrati et Merleau-Ponty, 2005 : 190) ; pour François Mairesse et Cécilia Hurley, le *dispositif* et le *display* sont deux éléments centraux de toute mise en exposition (Hurley, 2011 ; Mairesse et Hurley, 2012).

Dans l'introduction, nous avons vu pourquoi et comment était appréhendé le terme de *dispositif*. « *“Ensemble résolument hétérogène” (Foucault, 1998 : 299) composé des praxis, de savoirs, de mesures, d'institutions dont le but est de gérer, de gouverner, de contrôler et d'orienter les comportements, les gestes et les pensées des hommes* » (Agamben, 2014, p. 28), le concept de dispositif désigne non seulement l'ensemble de différents éléments, mais aussi leurs relations les uns par rapport aux autres et leur propension à garantir les positions d'autorité à l'œuvre dans un champ. Il est donc bien ici question d'un outil de négociation des légitimités et des places dans la hiérarchie du champ et il est pertinent d'employer le terme de « *dispositif expographique* » pour désigner les présentations d'objets ethnographiques dont l'analyse est faite ici. Le dispositif expographique désigne alors non seulement l'action d'exposer et le système dans lequel s'insère cette action, mais aussi le résultat de cette action et le lieu où se situe ce résultat⁴²¹.

Suivant cette logique, les expositions dont nous proposons l'analyse dans ce chapitre – et la façon dont ce terme est utilisé dans la suite de ce texte – sont appréhendées comme des dispositifs expographiques : elles ne se limitent pas aux expositions au sens de résultat de l'action, principale fonction des musées, mais renvoient à tous les mécanismes à l'œuvre.

⁴²¹ Comme la définition de l'exposition proposée par l'ATILF ou *Les concepts clés de muséologie* (Desvallées et Mairesse, 2011). La lecture de l'article de l'ATILF et de ses exemples est à ce titre très percutante et compare « *sortir de l'exposition des pastellistes* », avec le « *catalogue de l'exposition* ».

Elles englobent à ce titre différents types d'expositions ou de « moments » : expositions muséales, mais aussi présentations lors d'une vente aux enchères, transactions ou temps d'échanges des objets.

L'exposition est ici envisagée comme un outil de création et une création en elle-même dont l'analyse peut se focaliser sur sa conception – quels sont les gestes de « *mise en exposition* » (Davallon, 1986) ? Comme de l'Estoile le soulignait à propos des expositions ethnographiques, toute exposition passe par un processus de mise en ordre et de classement. Revenir à cette opération de sélection souligne le caractère subjectif de l'exposition et sa capacité à médiatiser l'information et non simplement à la transmettre. L'exposition produit donc du sens ; cependant, ce sens n'est pas le seul fait des concepteurs de l'exposition. Ainsi, les conservateurs et chercheurs soulignent l'importance du public dans la construction du propos délivré par une exposition :

« Une exposition ne se laisse pas enfermer de la sorte tant il est vrai qu'on ne la parcourt pas comme on le ferait d'un livre. Il serait par conséquent préférable, au niveau le plus général et le plus éloigné, de la considérer comme un hypertexte, concept rendant mieux compte du contenu discursif (textuel et visuel) auquel le visiteur est exposé et de la grande liberté de mouvement et de cadrage qu'il conserve tout au long de sa visite – il reconstruit son propre fil conducteur en fonction des segments d'exposition sur lesquels il focalise et de ceux qu'il laisse hors-champs. » (Gonseth, 2000 : 159)

L'exposition est un lieu à parcourir et à s'approprier et il est important, comme le souligne aussi Serge Chaumier (2012 : 32), de « *rester attentif aux différentes possibilités d'usage de l'exposition* ». Ainsi, s'intéresser à la réception de l'exposition pose la question, plus largement, de l'impact et des conséquences de l'exposition : quel est l'usage fait de l'exposition par rapport à son objectif ? Les chercheurs ont ainsi souligné les aspects identitaires que toute exposition mobilise, la création d'un attachement à une histoire, à un territoire, à des objets ou au récit formulé. Un élément important se dessine alors dans ces analyses : la sélection des expôts et de leur exposition a un effet de mise en valeur, dans le sens où elle permet l'octroi d'une valeur supplémentaire, à savoir celle de légitimation : la sélection des objets prouve qu'ils ont assez de valeur pour être sortis d'une masse et pour qu'un discours soit porté sur eux.

Il est bien évident que ces différents dispositifs expographiques déployés durant ces différents « moments expositionnels » n'ont pas les mêmes

objectifs, ne visent pas les mêmes publics et ne sont pas élaborés de la même manière. Il est cependant intéressant de considérer tous ces moments et ce que les choix des dispositifs qui les portent disent de la diffusion de la convention et du cadre commun. Ces dispositifs s'élaborent-ils tous selon le même cadre de conventions? Quel est-il et que suppose-t-il? Observe-t-on réellement une scission entre les modalités de présentation, selon que l'on se situe dans un univers marchand ou muséal, selon le public ou l'objectif de l'exposition? Si oui, sur quels plans se situent ces différences et illustrent-ils des différences dans les modalités d'appropriation de l'altérité?

Le terrain de cette recherche, effectué entre 2013 et 2017, a mis en évidence différents « moments expositionnels » au cours desquels se déploient les dispositifs expographiques tels que la définition ci-dessus l'entend : des expositions d'objets, permanentes ou temporaires, dans les galeries, les musées et les ventes aux enchères, mais aussi des expositions d'objets plus marginales, relevant de mises en scène largement déployées, comme dans le cas des ventes aux enchères, ou plus furtives, comme lors de rapides présentations d'objets dans les coulisses de galeries⁴²².

Les « moments expositionnels » déployés dans les musées correspondent majoritairement au sens classique de la définition d'exposition et concernent pour cette recherche les expositions tenues dans les musées de l'échantillon de recherche⁴²³, à savoir : l'exposition permanente du musée du quai Branly – Jacques Chirac, du musée de l'Homme, du Musée d'ethnographie de Genève, du Pavillon des Sessions du Louvre et du Musée royal des Beaux-Arts de Bruxelles, ainsi qu'un certain nombre d'expositions temporaires de ces institutions, du musée Barbier-Muller, de la Fondation Musée Dapper et du Musée d'ethnographie de Neuchâtel⁴²⁴.

Les musées ne sont pas les seuls à organiser et présenter ce type d'expositions au sens classique du terme ; les maisons de ventes aux enchères présentent au public les objets destinés à la vente. Les potentiels acheteurs, mais aussi les curieux – puisque les expositions sont gratuites et ouvertes au public –, ont ainsi la possibilité de voir les objets, mais aussi de les toucher, sur demande, d'obtenir certains renseignements, et de les

⁴²² Comme je l'exposais au chapitre méthodologique (point Autres acteurs, p. 191), les vide-greniers et marchés aux puces, s'ils ont été observés, n'entrent dans l'analyse que comme contrepoint comparatif, puisque les relations entretenues avec les institutions muséales sont quasi inexistantes.

⁴²³ Voir l'annexe 1, Acteurs et échantillonnage, p. 359.

⁴²⁴ Pour le détail des expositions, voir tableau 7, p. 375.

photographier. Ces expositions se tiennent en général trois ou quatre jours avant la vente à proprement parler pour Sotheby's et Christie's, parfois le jour même, quelques heures avant, pour les ventes de moindre importance.

Cependant, les objets ne sont pas seulement exposés lors des présentations au public avant les ventes, mais aussi et surtout pendant les ventes. Véritables mises en scène où se côtoient de nombreux rôles – experts, crieurs, commissaire-priseur, clerks, etc. – l'objet est présenté à différents moments : il est parfois exposé durant toute la vente, dans la salle, en marge du public ou derrière les clerks et commissaires-priseurs, mais il est la majorité du temps stocké et sorti brièvement lors de son enchère. Ce moment de monstration est fortement codifié : l'objet est amené par un clerc sur un présentoir, parfois déposé, parfois maintenu, il est proposé à la vue du public, qui peut demander à l'observer de plus près. Si certains éléments sont mis en exergue par l'expert ou le commissaire-priseur au moment de la présentation de l'objet, qui est parfois longuement décrit par le commissaire-priseur, l'objet peut alors être retourné, ouvert, passé dans le public, etc.

La mise en scène non seulement de l'objet au sein de la vente, mais aussi des enchères dans leur totalité participe à la création d'une fascination pour les objets présentés lors de ces moments : en amont, le catalogue prépare à la monstration de l'objet durant la vente ; pendant, le rythme donné par le commissaire-priseur, l'ordre d'apparition et de disparition des objets, les conflits surgissant dans la salle et leur gestion par le personnel de la vente, etc. participent à la mise en scène de l'objet, contribuant à le valoriser ou à le dévaloriser⁴²⁵.

Les moments de transaction sont donc des espaces d'exposition des objets autant que leur présentation au sein d'expositions au sens classique. Ces mises en scène des transactions se retrouvent dans les galeries, où elles sont cependant souvent beaucoup plus confidentielles. Il n'a pas été possible d'y assister régulièrement sur ce terrain de recherche et leur connaissance ne se fait qu'à partir de rapports effectués par les acteurs du champ. Cependant, outre ces transactions, les galeries effectuent aussi des expositions classiques d'objets dont les plus importantes se déroulent lors des foires et des salons. Les expositions prises en compte se trouvent donc au croisement des galeries de l'échantillon de recherche et des foires et salons observés⁴²⁶.

⁴²⁵ Nous ne revenons pas sur le détail des ventes observées, disponible à l'annexe 1.1, tableau 8, p. 381.

⁴²⁶ Voir l'annexe 1.1 pour le détail des acteurs de l'échantillon de recherche, les galeries, les foires et salons observés, p. 369.

Le théâtre de l'Autre

Pour déployer l'analyse permettant de répondre à ces questions, il est nécessaire de s'équiper d'un certain nombre d'outils. L'étude des expositions est un champ interdisciplinaire qui a pour avantage d'en mobiliser une large gamme⁴²⁷. J'ai choisi pour ma part d'effectuer un détour par la notion de théâtralité pour trouver des méthodes adéquates à l'analyse des expositions. En effet, le concept de théâtralité n'est pas à restreindre au champ théâtral, comme le proposait Gurvitch (1956) :

«La dilatation progressive de la catégorie de théâtre [...] a permis de mettre mieux en lumière les éléments dramatiques dont est nourrie la vie même des sociétés et de s'apercevoir que les phénomènes du jeu, de la fiction et du masque (au sens plus large de ces mots) ne sont pas limités à l'espace théâtral proprement dit.»

Le théâtre est aussi une cérémonie qui sert à marquer un moment ou un acte décisif pour la société (Duvignaud, 1965 : 4) ; une approche bien connue de la sociologie et de l'ethnologie grâce au travail d'Erving Goffman pour qui toute interaction sociale est théâtre et théâtralité : *«il semble que nous passons notre temps à donner des spectacles plutôt qu'à fournir des informations»* (Goffman, 2009 [1974] : 508). Considérer ces moments expositionnels – expositions, mais aussi ventes – comme des moments de théâtralité permet alors d'appliquer à leur analyse des méthodes propres à ce domaine. L'analyse des dispositifs d'exposition peut donc s'intéresser aux contenus déployés sur la scène – décors, masques, maquillage, etc. – mais aussi aux auteurs de ces contenus et aux coulisses. Finalement, l'analyse se doit de n'écarter aucun individu impliqué dans la construction de cette pièce et s'intéressera non seulement aux réalisateurs et acteurs, mais aussi aux spectateurs. Nous verrons donc aussi comment les objets et propos sont montrés par des concepteurs et scénographes, pour un public plus ou moins défini par ces derniers et dans un objectif précis. Dans un mouvement allant du confidentiel au public, nous verrons dans un premier temps quels sont les éléments du dispositif prenant place dans les coulisses : quels sont les acteurs opérant en coulisses, quels sont les espaces situés en arrière-scène ou en marge de la scène principale que constitue l'espace d'exposition de l'objet ? Dans un deuxième temps, il s'agira d'appréhender le dispositif expographique principal : quels sont les

⁴²⁷ Voir *supra*, Introduction, Médiateurs, valeur et artification, p. 25.

objets présentés, comment le sont-ils et par quels discours sont-ils portés ? Finalement, l'analyse s'arrêtera sur le public visé, ses spécificités – ou non – selon chaque dispositif et « moment expositionnel ».

De façon générale, il s'agit d'appréhender tout au long de cette partie l'exposition comme un théâtre où les objets, jugés selon les critères définis par les acteurs du champ, sont mis en scène, ceci afin de comprendre les enjeux relatifs à la construction, au maintien et à la diffusion de la valeur de ces objets. Cette conception revient par ailleurs à approcher le musée comme un *theatrum mundi*, ainsi qu'envisagé au XIX^e siècle⁴²⁸.

Les coulisses : préparation et monstration

Les auteurs des contenus et le choix des contenus

Les acteurs impliqués dans la production et la réalisation des expositions ainsi que les manières de décider des contenus peuvent sembler très variés entre les institutions muséales et les galeries ou les maisons de ventes aux enchères. Certes, des différences importantes existent : le musée est guidé par des logiques institutionnelles puissantes où cohabitent les tensions et les collaborations entre les nombreux services internes – mais aussi sous-traitants externes – impliqués dans le choix des thématiques et des contenus d'une exposition, et où des implications politiques et économiques peuvent être fortement présentes.

À l'interne, tout d'abord, les manières de fonctionner sont relativement différentes entre les institutions, particulièrement dans l'élaboration des contenus scientifiques : là où certaines institutions, comme le MRAC ou le Musée d'ethnographie de Neuchâtel, possèdent en leur sein un vivier de chercheurs ou de conservateurs fournissant les thématiques, et effectuant toutes les recherches scientifiques nécessaires à la conception de l'exposition, d'autres musées comme le MQB fonctionnent généralement avec des commissariats extérieurs. D'autres encore, comme le musée de l'Homme, adoptent des systèmes hybrides impliquant à la fois des commissaires internes et des commissaires externes⁴²⁹, bien que de nombreux

⁴²⁸ Sur l'œuvre de Jean Duvignaud, voir LE BRETON David, *Le théâtre du monde. Lecture de Jean Duvignaud*.

⁴²⁹ « Moi quand je suis arrivée ce que j'ai proposé, c'est qu'on ait un co-commissariat et qu'on s'associe un commissaire scientifique extérieur. Parce que toutes les spécialités ne sont pas présentes au Muséum

chercheurs soient rattachés à leur structure. C'est que travailler uniquement à l'intérieur possède ses limites : les chercheurs étant souvent très spécialisés, géographiquement ou thématiquement, les contenus des expositions sont rapidement réduits ou fortement homogénéisés.

Les acteurs impliqués dans la conception et la réalisation d'une exposition au sein d'un musée sont en outre très variés, tant sur le plan de leur formation, que de leur parcours ou de leur rôle dans le processus ; cohabitent des services de muséologie, des services de publics, des commissaires d'expositions, des services de gestion des collections ou de régisseurs, etc. donnant souvent naissance à de nombreuses tensions. Le sentiment qu'« *on est entre deux feux* »⁴³⁰ est souvent éprouvé au sein des différents services et départements des musées. Les tensions entre services ou individus sont réelles et se cristallisent surtout sur des avis différents quant aux objectifs et aux manières de réaliser l'exposition : est-elle faite pour délivrer un savoir scientifique produit par les chercheurs et en partie vulgarisé ? Le cas échéant, à quel degré la vulgarisation doit-elle être poussée ? Pour impliquer les communautés concernées ? Pour divertir un public le plus large possible ? Les réponses à ces questions influent bien évidemment sur la manière de faire les expositions et deux tendances se confrontent généralement au sein des institutions étudiées : des expositions orientées objets, basées sur des collections ou des ensembles géographiquement homogènes, portées par les conservateurs ou scientifiques des institutions ; des expositions orientées parcours, généralement thématiques et transversales, vulgarisées et souvent participatives, impliquant fortement les publics et les communautés, portées par les services de publics et de muséographie.

Le terrain de recherche a montré que, bien que fortement ressenties par les acteurs des institutions, ces deux positions sont évidemment beaucoup plus nuancées dans les faits, les expositions résultant de compromis entre ces deux tendances. En outre, s'ajoutent à ces enjeux internes aux musées les rapports et positionnements entre institutions elles-mêmes. Comme pour les choix d'acquisitions – et peut-être plus fortement que pour ces derniers – les choix d'expositions et de leurs contenus

*et ça permettait de décloisonner un peu. J'ai proposé un principe de commissaire général, c'est-à-dire quelqu'un qui a des choses à dire sur le sujet mais qui n'est pas un scientifique. Là [l'exposition *Nous et les Autres*, en préparation], c'est Lilian Thuram et sa fondation de lutte contre le racisme. Pour *Néandertal*, ça sera Marylène Patou-Mathis, qui est préhistorienne du Muséum, avec Pascal Depaeppe de l'INRAP, et le commissaire général ce sera Philippe Dajun.* » Entretien avec Anne Stéphan à Paris, le 25 février 2016

⁴³⁰ Entretien avec un responsable du service muséographique, en 2016.

contribuent pour les musées à les positionner dans le paysage culturel et à forger leur identité institutionnelle. Ainsi, au moment d'ouvrir le musée de l'Homme, comme pour la politique d'acquisition, les équipes ont réfléchi à la plus-value de ce musée par rapport aux institutions proches, géographiquement ou thématiquement. Il s'agissait alors non d'inscrire le musée dans un modèle standard de ce que devrait être un musée d'ethnographie ou la présentation des objets ethnographiques, mais bien de le différencier des institutions existantes, dans une logique mêlant valorisation des acquis de l'institution, plus-values possibles et concurrence des institutions entre elles :

« Quand je suis arrivée, on m'a dit : "il y a trois thèmes possibles [pour les expositions] : les momies, les Dolgan et les photos de chantier". Les momies : le scientifique en charge de cette collection m'a dit qu'il avait besoin de deux ans encore pour finir de les restaurer et de les documenter et à ce moment il y avait une expo qui s'appelait Eight Mummies au British Museum, donc je me suis dit qu'on n'aurait jamais le temps en un an de faire aussi bien que ça ! [...] Dolgan en fait ça a abouti à l'expo photo, il n'y avait pas matière à faire une exposition de 600 mètres carrés. En plus, le repositionnement du musée de l'Homme fait que les expositions temporaires seront essentiellement des expo thématiques et pas monographiques et, à fortiori, pas monographiques sur une communauté. Le musée de l'Homme s'est repositionné sur le domaine de l'anthropologie biologique, sociale et culturelle et pas seulement de l'ethnologie. »⁴³¹

Enfin, finalement, encore plus largement, les expositions – autant que les acquisitions – sont aussi au centre d'enjeux géopolitiques plus ou moins forts. Les expositions *Jacques Chirac ou le dialogue des cultures* au MQB en 2016 ainsi que *La mission d'Aimé Humbert* et *Imagine Japan* au MEN en sont des exemples illustratifs : la première fut réalisée dans le cadre de la célébration des dix ans du musée du quai Branly, renommé quai Branly – Jacques Chirac à cette occasion, et « *dresse le portrait culturel de l'ancien président de la République* »⁴³². L'exposition présente ainsi une série d'objets, mais aussi cinquante-six dates clés de la carrière

⁴³¹ Entretien avec Anne Stéphan à Paris, le 22 février 2016.

⁴³² Présentation générale de l'exposition qui figurait dans le texte de l'introduction et dans les documents promotionnels et que l'on peut aujourd'hui retrouver sur le site du musée du quai Branly – Jacques Chirac à l'adresse : <https://www.quaibrnaly.fr/fr/expositions-evenements/au-musee/expositions/details-de-levenement/ejacques-chirac-ou-le-dialogue-des-cultures-36334/> [consulté le 5 avril 2018].

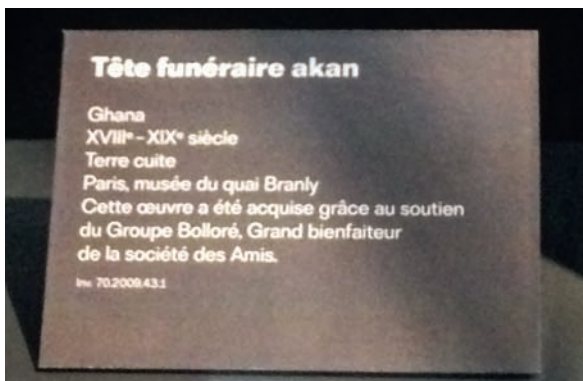


Figure 3. Cartel d'une sculpture de l'exposition *Jacques Chirac ou le dialogue des cultures*, musée du quai Branly – Jacques Chirac, octobre 2016. Photo A. D.

de Jacques Chirac, toutes associées à son intérêt pour les cultures non européennes et les arts en général. Le commissariat de l'exposition était en outre assuré par une personnalité politique: Jean-Jacques Aillagon, ancien ministre de la Culture sous la présidence Chirac. Cependant, les implications politiques ne se sont pas arrêtées au sujet de l'exposition: les textes ont été l'occasion de souligner l'implication de certains partenaires dans l'acquisition et la conservation des œuvres, comme ce cartel indiquant «*œuvre acquise grâce au soutien du Groupe Bolloré, Grand bienfaiteur de la société des Amis*» (fig. 3).

C'est aussi dans le cadre d'une célébration que le Musée d'ethnographie de Neuchâtel a ouvert son exposition *La mission d'Aimé Humbert* le 6 février 2014, pour fêter les 150 ans de la signature du Traité d'amitié et de commerce entre la Suisse et le Japon. Suivie par l'exposition *Imagine Japan*, présentant les dessins, gravures et estampes collectés par le diplomate suisse pendant sa mission ainsi que l'ouvrage qu'il publia à son retour, *La mission d'Aimé Humbert* fut l'occasion d'une inauguration privée conviant un grand nombre de personnalités politiques et diplomatiques à fêter ce traité dans les murs du musée. Le vernissage de sa grande sœur, *Imagine Japan*, fut aussi l'occasion d'une visite conjointe de l'exposition par le Président de la Confédération helvétique et par le prince héritier du Japon.

Politiques, les thèmes d'expositions sont aussi parfois des outils de stratégies plus globales des musées. Ainsi, les objets de la collection de Marc Ladreit de Lacharrière⁴³³ furent présentés lors de l'exposition *Éclectique* au MQB en 2016; trente-six des objets considérés comme «*les œuvres les plus remarquables*» furent offerts moins d'un an après l'exposition au Musée, pour une valeur estimée à cinquante-deux millions d'euros, soit cinquante fois le budget moyen annuel du musée⁴³⁴. Du côté du musée de l'Homme, l'exposition temporaire *Chronique d'une renaissance* se tenait en parallèle de l'exposition principale, afin d'expliquer et de justifier les choix scénographiques, muséographiques et institutionnels de l'exposition permanente⁴³⁵.

L'exposition constitue donc un compromis des différentes forces en présence dans le musée d'ethnographie. Le choix des thématiques et contenus des expositions se font à la rencontre des exigences des divers acteurs impliqués dans l'institution muséale, selon leur formation, leurs intérêts et leurs représentations des objectifs que devrait atteindre une exposition de musée.

Ce rapport de force peut sembler propre aux musées en tant qu'institution d'État et inconnu aux milieux marchands où, dans le cas de la galerie, le galeriste choisirait seul sa propre exposition d'objets et où, dans le cas des maisons de ventes, les responsables présenteraient simplement les objets obtenus pour la vente à venir. S'il est certain que le nombre d'individus impliqués dans la conception d'une exposition de marchands est souvent moins important – ce qui peut même être contestable pour les grandes maisons de ventes aux enchères – et que les implications politiques ou institutionnelles sont bien moins fortes, il reste que les galeristes participants aux foires ne choisissent pas uniquement les objets à exposer sur la base de leurs trouvailles du moment : «*Il y a souvent, il y a toujours, un thème principal quand on fait une expo. Sinon on marque "nouvelles acquisitions"*»⁴³⁶. Ces marchands ne se contentent en effet généralement pas de présenter leur stock, mais organisent la

⁴³³ Homme d'affaires français, président de divers groupes, investisseur, administrateur du Crédit Lyonnais, d'Air France ou de France Télécom et fondateur de son propre groupe la Financière Marc Lacharrière (Fimalac).

⁴³⁴ Voir l'annexe 2: description du musée du quai Branly – Jacques Chirac, p. 396.

⁴³⁵ Pour davantage de développements sur les aspects géopolitiques de ces expositions, voir DOYEN Audrey. «Les mises en scène de l'objet ethnographique : lieux du politique ?» in Collectif DAEM, *Arts et médias : lieux du politique ?*, Paris, l'Harmattan, 2017, pp. 47-54.

⁴³⁶ Entretien avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

présentation des pièces selon des choix de thèmes de façon à ce que l'ensemble soit cohérent et homogène : ainsi la présentation d'expositions thématiques s'est considérablement développée ces dernières années parmi les marchands⁴³⁷ et, comme pour les musées, il est intéressant de voir les éléments qui guident les choix de sujet d'exposition : ils dépendent des événements, du public, mais aussi de l'avancée des recherches sur les objets. En effet, comme mentionné dans le chapitre précédent, la connaissance est un outil important du processus de fixation de la valeur des objets, et tant du côté muséal que marchand présenter une pièce sans information est considéré comme vain : « *si un bon travail est effectué en amont, du côté scientifique, il y a plus de choses à dire et ça attire plus de public* »⁴³⁸. Les enjeux scientifiques peuvent parfois être tellement poussés qu'il n'est pas rare que la temporalité de conception d'expositions de certaines galeries rappelle celle des milieux muséaux et s'effectue sur deux ou trois ans⁴³⁹.

La cohérence de l'ensemble et les pièces présentées les unes par rapport aux autres sont d'une grande importance, tant dans les expositions de galerie que dans les expositions des maisons de ventes : il n'est pas rare que, pour souligner un objet, sa forme, sa provenance ou son usage, d'autres objets soient exposés en parallèle. Ces autres objets permettent généralement de valoriser l'ensemble présenté, selon le cadre de conventions présenté plus haut. C'est ainsi que les recherches effectuées sur les objets sont primordiales à toute exposition : elles permettent d'attester et de présenter l'ancienneté, le pedigree ou l'usage d'un objet. Mais sont aussi présentés des objets d'art moderne ou contemporain, qui confortent les parallèles effectués avec ces autres champs de l'art. En outre, la volonté des marchands de déployer leurs connaissances les amène parfois à exposer des pièces non mises en vente, mais susceptibles d'alimenter la thématique proposée ; à ce point, l'exposition n'a plus pour seule vocation la vente des objets, mais la transmission de connaissances et la mise en valeur de l'ensemble des objets exposés, pour créer un ensemble d'objets cohérent par leur provenance géographique ou leur fonction. C'est ainsi que Serge Schoffel a conçu l'exposition *Vodun Fon* pour la Brafa 2014, ou que les organisateurs des foires Bruneaf et Parcours des Mondes ont

⁴³⁷ Voir chapitre 2, La montée de l'évènementiel, p. 136.

⁴³⁸ Entretien avec une assistante de galerie à Paris, le 16 juillet 2014.

⁴³⁹ Par exemple, l'exposition *Suintante* d'Adrian Schlag, présentée au Parcours des Mondes 2015.

conçu les expositions *Uzuri wa Dunia* et celles de l'Espace Tribal⁴⁴⁰. Les objets exposés dans ce cas ne sont pas forcément tous mis en vente et l'exposition ne sert pas à présenter des objets à de potentiels acheteurs ; les choix des objets, la scénographie et les discours servent ici à valider les pièces considérées comme de valeur, à fixer et à perpétuer le cadre de conventions élaborées par les acteurs du champ ainsi qu'à conforter ou élever la position du galeriste dans la hiérarchie des vendeurs.

Comme dans les réserves de musées, certains objets peuvent ainsi dormir plusieurs années dans les coulisses et réserves des galeries dans l'attente du bon moment, du bon ensemble thématique, des bonnes informations ou du bon public. Les choses sont cependant un peu plus compliquées pour les maisons de ventes aux enchères, généralement tributaires des velléités des vendeurs :

«D'abord, Patrick et moi on s'était dit qu'on composait une vente comme on composerait une exposition. Alors, pas forcément... Évidemment, parfois on arrive à créer des thématiques au sein d'une exposition, mais il ne faut pas rêver non plus. Je veux dire, mon rêve de curater une exposition à chaque fois que je fais une vente... Ce n'est pas tout à fait ça non plus, parce que les thèmes c'est un peu en fonction de l'actualité des collectionneurs !»⁴⁴¹

S'il est possible pour les grandes maisons de ventes telles Sotheby's ou Christie's de mettre en veille certains objets destinés à la vente dans l'attente de meilleures conditions de présentation, cette situation reste généralement rare et les maisons doivent composer avec les objets possédés.

L'arrière-scène : espace de préparation et de monstration

Outre l'endroit où se construisent et se fixent les choix de thématiques et de contenus des expositions, les coulisses sont aussi un espace de préparation physique des objets destinés à être montrés, comme le relève Rolande Bonnain (2005 : 406) pour les galeries :

«L'objet y [dans l'arrière-boutique] est étudié, expertisé, son passage chez le restaurateur jugé nécessaire ou non, son soclage envisagé, et mis enfin en réserve. Les liens d'avec [sic] l'ancien propriétaire (son histoire, sa

⁴⁴⁰ Voir l'annexe 1.2.1 Production des données, point « observations », p. 372, et l'annexe 2.3 Les foires belges et françaises, p. 401.

⁴⁴¹ Entretien avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.



Figure 4. Vue sur le bureau de Bernard Dulon, Brafa 2016. Photo A. D.

présence dans une collection prestigieuse) sont dénoués complètement par le passage dans ces coulisses et le changement d'aspect annoncera la nouvelle identité qu'il n'a pas encore, qu'il attend. Il pourra alors s'intégrer dans la réalisation temporaire qu'est la galerie du marchand.»

Tant dans les musées que dans les galeries ou les maisons de ventes, les coulisses sont le moment et le lieu où l'objet est préparé, poli, conditionné – et donc formaté – et où les espaces sont construits et ajustés. C'est un moment d'échange où s'opère une transformation matérielle de l'objet qui permet de justifier son changement de valeur (Vatin, 2013). Cependant, elles peuvent aussi être un lieu de monstration puisque, par exemple, dans le cas des galeries ou des maisons de ventes, c'est là que les potentiels acheteurs sont conviés pour voir et admirer des objets non proposés en boutique.

Les coulisses devenant, comme la scène, des espaces de monstration, la frontière avec l'espace principal d'exposition est alors parfois très poreuse : elles peuvent être savamment montrées ou suggérées, comme pour les galeries, que ce soit sur un stand provisoire ou dans une galerie pérenne. Généralement conçue par des architectes, la galerie comprend un espace public et un espace privé où se situe le bureau du galeriste. Cet espace



Figure 5. Vue sur le bureau de Serge Schoffel, Brafa 2016. Photo A. D.

privé est désigné, par certains artifices scénographiques, comme différent de l'espace principal, plus caché, mais toujours visible :

« Par exemple pour la Brafa, j'ai dit que je voulais un bureau invisible et séparé. Invisible sur le stand, mais visible lorsque vous étiez sur le bureau. Il [l'architecte] a réussi à faire un truc. Il a trouvé. »⁴⁴²

Ce sont aussi souvent les objets qui font office de paravent et tendent à intégrer le galeriste et son acheteur dans le dispositif d'exposition. L'objectif est clairement d'instaurer un rapport entre l'espace privé et l'espace public, entre la vitrine et l'arrière-boutique, entre la scène et les coulisses. Ce rapport s'installe entre deux points de vue, correspondants à deux situations ou statuts d'acheteur : le point de vue de l'acheteur potentiel, déjà présent dans le bureau, mais aussi celui du visiteur de l'exposition, à l'extérieur du bureau, encore simple curieux ou observateur. La création d'un espace séparé, plus confiné et à l'abri de la vue et du su de tous genres une relation d'intimité entre l'acheteur et le vendeur, en même temps qu'elle met en scène le vendeur dans une position généralement forte d'autorité, déployant tous les signes de connaissances et de sérieux : livres et documentation diverse, autres objets privés, etc.

⁴⁴² Entretien avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

«Après, l'autre jeu avec les marchands, c'est que les grandes pièces ne passent pas dans la galerie. Elles sont toujours à l'étage, elles ne sont pas montrées dans la galerie. Il y a des pièces très importantes, vous ne risquez pas de les voir. On ne vous les montre qu'à partir du moment où on a confiance en vous ou que vous êtes un acheteur potentiel. Moi, par exemple, maintenant dans beaucoup de galeries je peux aller, on me dit "bien tiens, monte". Mais parce que je connais des galeristes depuis longtemps et c'était ça qu'on faisait avec le tour des galeries.»⁴⁴³

La relation ainsi créée est celle d'un rapport de confiance entre un expert de son domaine et un acheteur considéré comme spécial ou du moins à qui il faut donner l'impression qu'il est spécial – pour son statut, sa richesse, son titre, sa connaissance, etc. – puisqu'invité par le galeriste à pénétrer un espace réservé. Si ce rapport existe aussi dans le cas des maisons de ventes aux enchères, il ne se manifeste que rarement par la mise en scène du bureau. Il est par contre intéressant de noter que, dans le cas des musées, la monstration des coulisses s'est largement développée depuis les années 1950: des réserves visitables telles que l'avait pensé Jean Gabus (Sierro, 2005: 321) jusqu'à la tour des instruments de musique du musée du quai Branly – Jacques Chirac, la mise en scène des espaces cachés du musée a généré différents rapports et recherches (Rémy, 1999). Cependant, ceux-ci se focalisent principalement sur la place que ces réserves visitables peuvent prendre, des ressources humaines et financières déployées pour les rendre visitables et des risques qu'elles engendrent pour les collections et le public⁴⁴⁴. Outre ces aspects liés aux collections et aux considérations pragmatiques de l'accessibilité des collections aux publics, l'accès aux réserves relève aussi d'une forme alternative d'exposition des objets et donc d'un autre rapport à la connaissance: souvent moins cartellisés, les objets sont présentés sous une forme moins scénographiée que dans les espaces d'expositions et visent souvent, par opposition à ces derniers, à montrer l'étendue des collections. Ainsi, la tour des instruments de musique du MQB présente 10 000 instruments sur 700 mètres carrés⁴⁴⁵; ces présentations sans fioritures, sans scénographies ni discours particuliers permettent, comme pour l'accès de l'acheteur à l'espace bureau de la

⁴⁴³ Entretien avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

⁴⁴⁴ Voir, par exemple, le rapport d'information français d'Isabelle Attard, Michel Herbillon, Michel Piron et Marcel Rogemont, présenté devant la Commission des Affaires culturelles en décembre 2014, p. 62, <https://www.assemblee-nationale.fr/14/pdf/rap-info/i2474.pdf> [consulté le 4 novembre 2022].

⁴⁴⁵ Pour les détails du projet de visibilité des réserves des instruments de musique au MQB, voir l'article de Madeleine Leclair (2007).

galerie, de donner au visiteur le sentiment d'être un privilégié en observant des espaces normalement interdits, et d'opérer un contraste avec l'espace principal d'exposition.

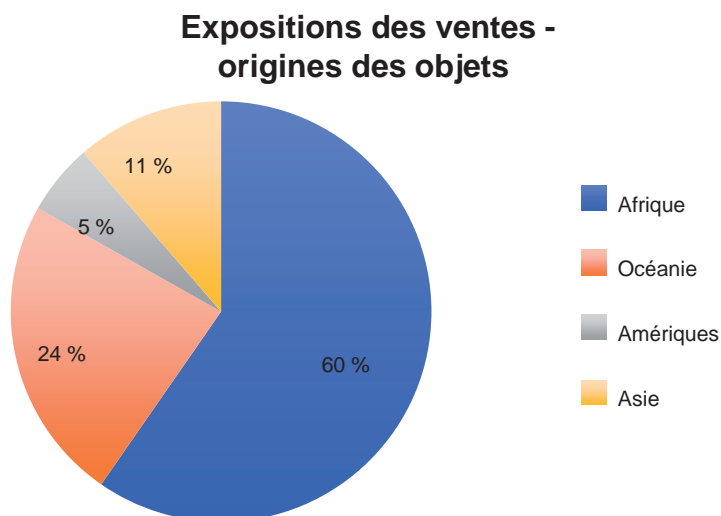
La scène : les contenus

Les objets

Un relevé des caractéristiques des objets présentés dans les expositions du corpus a permis notamment d'identifier les quantités d'objets et leur provenance : l'analyse de ces données selon les expositions de musées, de galeries ou de ventes aux enchères attire l'attention sur quelques points.

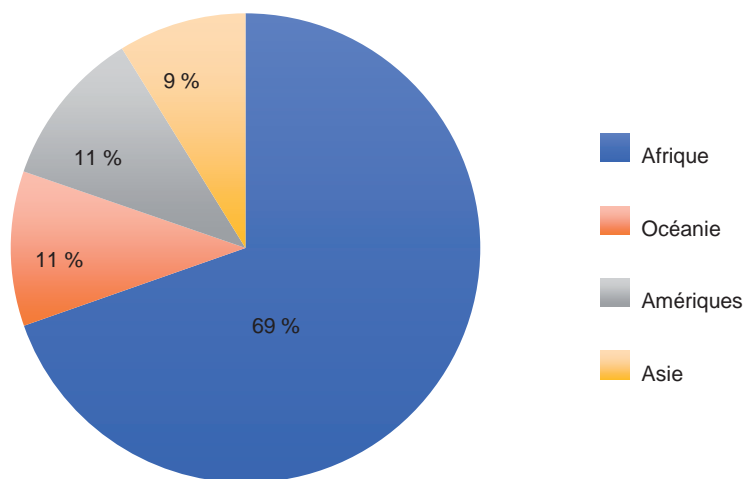
Les objets exposés sont ainsi majoritairement originaires d'Afrique, que ce soit dans les expositions de musées, de galeries ou de ventes aux enchères. Il est important de noter que cette vision d'une prééminence de l'Afrique est aussi influencée par la méthodologie d'enquête : deux des musées de l'échantillon de recherche sont exclusivement dédiés à l'Afrique

Graphique 9. Origine des objets par continent dans les expositions des ventes aux enchères de l'échantillon de recherche.



Graphique 10. Origine des objets par continent dans les expositions permanentes des musées d'ethnographie de l'échantillon de recherche.

Expositions des musées - origines des objets



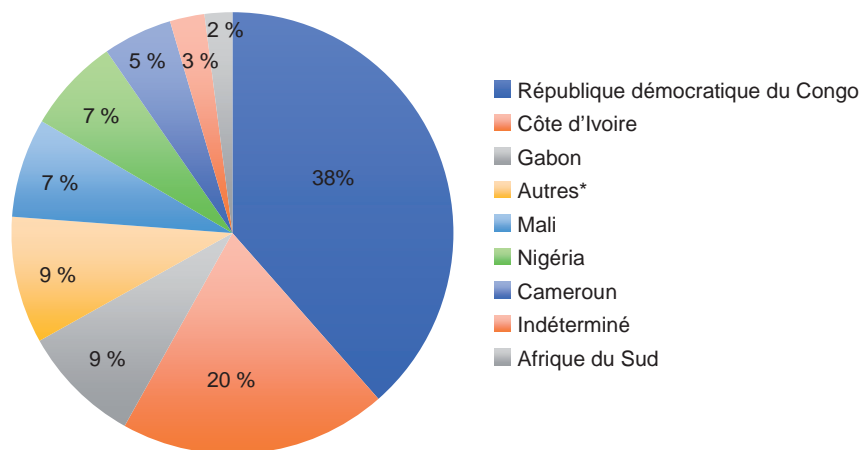
(la Fondation Musée Dapper et le Musée royal de l'Afrique centrale) et une majorité des expositions observées en galeries l'ont été en galeries d'art africain⁴⁴⁶. Cependant, indépendamment de ce biais, l'Afrique conserve une place plus forte que les autres continents dans les objets vendus sur le marché ainsi que dans les musées d'ethnographie. Par exemple, en date d'août 2018 au musée du quai Branly – Jacques Chirac, 868 objets sont montrés pour l'Afrique, contre 520 pour l'Asie et ce sur une superficie trois fois plus grande, par exemple.

La plus forte présence de l'Afrique et le goût des collectionneurs autant que des galeristes, des conservateurs ou des visiteurs de musée sont largement orientés par l'histoire de notre rapport à ces objets et par l'histoire coloniale. L'orientation forte en direction de l'Afrique procède ainsi d'un mouvement en deux temps, que nous avons vu au fil de ce travail: dans

⁴⁴⁶ Voir l'annexe 1.1, Acteurs et échantillonnage, p. 359.

Graphique 11. Origine des objets africains présentés lors des expositions de ventes aux enchères de l'échantillon de recherche.

Expositions des ventes - origine des objets africains

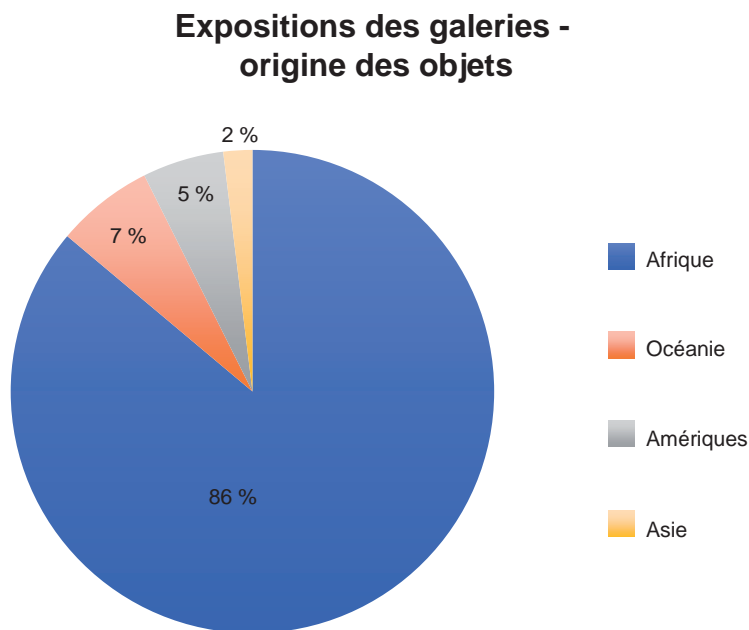


*Autres : Bénin, Sierra Leone, Kenya, Guinée, Angola, République Centrafricaine, Congo, Togo, Burkina Faso, Ghana, République du Congo, Tanzanie, Soudan, Éthiopie, Zambie, Libéria.

un premier temps, la discipline ethnologique en France, en Suisse et en Belgique, se focalise sur l'Afrique et l'Afrique de l'Ouest, sur la base de considérations méthodologiques et épistémologiques. Dans un deuxième temps, un goût spécifique, visible tant dans les collections privées circulant sur les marchés que dans les collections publiques conservées dans les musées, émerge et se consolide, orienté en direction de certaines régions particulières liées à l'histoire coloniale de ces pays⁴⁴⁷. Si cette tendance s'explique pour ces collections acquises au début du siècle et tributaires des passés coloniaux, le prolongement de cette orientation dans l'exposition actuelle des objets peut paraître étonnant. Sur le marché, tout d'abord, le prolongement de cette orientation historique est clairement visible : les objets de République démocratique du Congo sont majoritairement exposés

⁴⁴⁷ Voir l'analyse de Fossey Estelle, *Paris 21^e siècle...*, sur l'histoire du goût ainsi que le chapitre 1, point Un paradigme français du musée.

Graphique 12. Origine des objets par continent dans les expositions des galeries de l'échantillon de recherche.

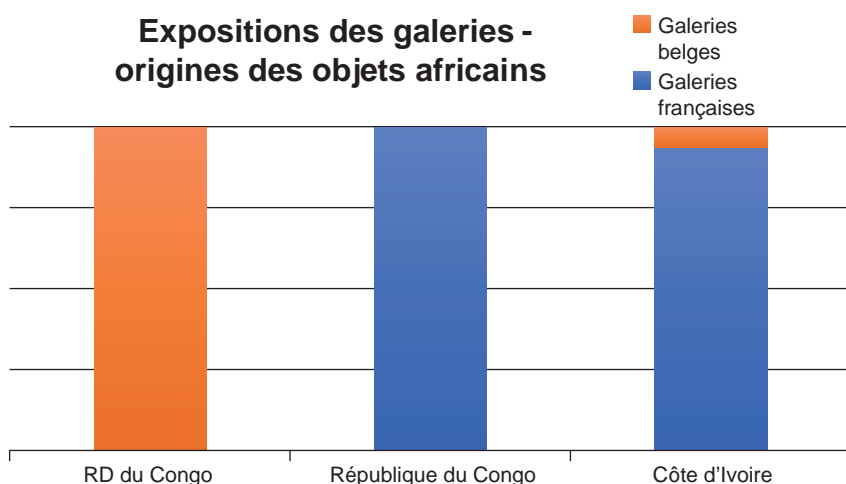


dans des galeries et foires en Belgique (plus de 90%), alors que les objets de République du Congo ou de Côte d'Ivoire le sont majoritairement dans des galeries françaises (plus de 90% aussi, voir graph. 11). Le fait que les objets vendus proviennent de pays anciennement colonisés n'est pas étonnant, mais la répartition de leur vente dans des galeries françaises ou belges selon le pays témoigne avec force de la pérennité des circuits et réseaux coloniaux⁴⁴⁸ : on peut ainsi faire l'hypothèse que les objets acquis par des Belges ont tendance à rester dans des collections belges, à passer dans des galeries belges et à être rachetés par des collectionneurs belges, même si celle-ci devrait être encore davantage étayée.

La présence dans les expositions des objets océaniques, américains et asiatiques confirme les tendances des collections : comme nous l'avons vu

⁴⁴⁸ Voir le concept de « *modernité coloniale* » tel que présenté par DIRLIK Arif, « The end of colonialism ? The colonial modern in the making of global modernity », *Boudary* 2 32(1), 2005, pp. 1-31.

Graphique 13. Origine des objets africains et leurs répartitions dans les expositions des galeries de l'échantillon de recherche.



dans le chapitre historique de ce travail, les objets asiatiques bénéficient plus tôt que les objets africains ou océaniques de circuits de distribution. Aujourd'hui, le marché de l'art asiatique est clairement séparé du marché de l'art africain et océanien, bien que les galeries et ventes des deux spécialités se retrouvent parfois lors de certains événements (par exemple le Parcours des Mondes, depuis 2015, ou certaines ventes aux enchères joignant les deux spécialités). Cette séparation s'observe aussi du côté institutionnel où des musées dédiés aux objets asiatiques ont vu le jour rapidement⁴⁴⁹. Par conséquent, les collections des musées d'ethnographie actuels ne regorgent pas d'objets asiatiques et leur présentation dans les expositions reste relativement confidentielle. Cet état des lieux montre un positionnement très fort du marché en faveur des objets provenant d'Afrique – et d'Océanie, dans une moindre mesure, que l'on retrouve légèrement plus nuancé du côté des institutions muséales.

De même, les types d'objets présentés montrent une forte prééminence des sculptures et des masques, même si c'est le secteur marchand qui fait augmenter ces statistiques de manière significative. Les objets du quotidien

⁴⁴⁹ Voir chapitre 1, avec l'ouverture du musée Guimet, p. 55.

sont beaucoup moins représentés sur le marché de l'art, exception faite de quelques galeries spécialisées. En outre, les objets usuels qui se retrouvent sur le marché appartiennent en général à des catégories bien particulières : cuillères ou peignes, par exemple. Les objets en deux dimensions sont largement sous-représentés, que ce soit dans les musées ou les marchés et leur absence montre le peu d'intérêt que ces objets ont suscité au moment des constitutions des collections et la tendance des expositions à représenter l'état des collections, et que, comme pour l'acquisition des collections, l'exposition des objets transmet l'histoire située des goûts.

Ce panorama nous montre qu'il existe certains objets types, représentatifs de ce que devrait être une collection ethnographique et que les collections acquises durant le xx^e siècle ont constitué un canon. Ce canon s'est solidifié sur la base des objets présentés durant les premières expositions d'objets ethnographiques dans les années 1930, et surtout des publications qui en sont nées et ont fait perdurer certaines représentations : nous avons vu les plus importants de ces éléments au chapitre 1 : *Primitive Negro Sculpture* en 1926, le catalogue des ventes Éluard et Breton, etc.

Ainsi, masques et sculptures, principalement d'Afrique de l'Ouest, constituent la majorité des objets présentés et exposés aux visiteurs aujourd'hui, que ce dernier fréquente un salon d'art ou une exposition de musée⁴⁵⁰. Si le monde marchand n'a jamais prétendu présenter la diversité des productions du monde, la majorité des musées d'ethnographie s'attribue clairement cet objectif, et c'est peut-être là que réside le paradoxe le plus prégnant : ainsi au Pavillon des Sessions, les œuvres ont été choisies pour témoigner du « *meilleur qu'une culture peut offrir* » ; Stéphane Martin rappelle dans la brochure institutionnelle du MQB que « *le Président Jacques Chirac soulignait la nécessité d'imaginer un lieu original qui rende justice à l'infinie diversité des cultures* », le terme « *diversité* » étant le maître-mot de la communication officielle du musée⁴⁵¹ ; le Musée d'ethnographie de Genève insiste aussi dans sa communication sur la représentativité des objets présentés dans son exposition permanente, provenant des cinq continents. Force est cependant de constater que les expositions muséales sont dans la grande majorité des cas davantage représentatives des

⁴⁵⁰ Comme nous l'avons vu au chapitre 2, La montée de l'évènementiel, les publics se diversifient de plus en plus avec la montée de l'évènementiel, p. 136.

⁴⁵¹ Un objectif largement repris dans les textes de présentation du MQB, comme dans l'ouvrage de DEBARY Octave, ROUSTAN Mélanie, *Voyage au musée du quai Branly*, Paris, La Documentation française, 2012, p. 5 : « *son objectif officiel est triple : [entre autres] faire découvrir et mettre en valeur la diversité des productions matérielles issues de cultures non occidentales.* »

collections possédées, plutôt qu'illustratives de la diversité des productions matérielles des cultures, passées ou actuelles.

D'autres critères entrent aussi en compte dans la sélection des objets présentés dans les expositions muséales : les publics, comme nous le verrons, mais aussi les enjeux géopolitiques⁴⁵². Du côté du marché, il pourrait être tentant de penser que les expositions de musées influencent les sélections opérées par les vendeurs dans leurs expositions et ventes ; si nous avons vu que la fondation du MQB avait été appréciée par le marché pour son effet sur les ventes en général, l'hypothèse que la présentation d'objets de certains types ou de certaines provenances orienterait les achats des collectionneurs n'est corroborée ni par les données de terrain ni par les discours des acteurs concernés, qui témoignent d'avis divergents en la matière.

Les scénographies

Le choix des pièces n'est pas le seul élément constitutif d'une exposition : divers objets peuvent être visibilisés ou invisibilisés par le dispositif de présentation. Ce dernier crée des effets, met en valeur ou au contraire occulte certains aspects des objets ; quels sont les dispositifs employés dans les expositions muséales et marchandes ? Se différencient-ils ou se rejoignent-ils sur certains points ? L'analyse de ces dispositifs se fera en trois points : le type de parcours d'exposition, les décors et, finalement, l'éclairage.

La différence majeure entre les expositions marchandes et les expositions muséales réside peut-être dans les parcours proposés : bien que des divergences existent sur le degré auquel le visiteur doit être guidé dans le propos de l'exposition, les expositions muséales bénéficient généralement d'un espace leur permettant de concevoir des étapes ou des zones – plus ou moins hermétiques entre elles – dans l'exposition. L'exposition marchande conçoit peu la modalité de connaissance et de diffusion des objets comme devant être construite chronologiquement ou thématiquement et propose en général une modalité d'appréhension de l'objet qui relève de la confrontation immédiate, une confrontation encore accentuée par les modalités de présentation de chaque objet telles que les vitrines ou

⁴⁵² Cet axe a été particulièrement traité dans DOYEN Audrey, «Les mises en scène de l'objet ethnographique...», où j'expose comment certaines pièces sont explicitement retirées de certaines expositions, par exemple, pour ne pas causer de problèmes dans des tractations diplomatiques en cours.

l'éclairage. C'est la même modalité qui est proposée lors des transactions ou des ventes aux enchères : une présentation immédiate, individuelle et frontale de l'objet. Notons tout de même qu'elle peut être nuancée – les musées ne proposent pas tous des parcours construits de la même manière – et que des cultures muséographiques différentes se côtoient dans le paysage des musées d'ethnographie. Ainsi, l'exposition permanente du musée du quai Branly – Jacques Chirac se rapproche de ce mode d'exposition marchand en proposant un parcours complètement libre, bien qu'agencé en différents espaces géographiques⁴⁵³ ; à l'inverse, certaines de ses expositions temporaires (*Éclectique, Persona, Jacques Chirac ou le dialogue des cultures, Kanak*, etc.), ainsi que les expositions du Musée d'ethnographie de Neuchâtel ou celles du musée de l'Homme proposent des parcours beaucoup plus narratifs et nécessitant donc que le visiteur soit orienté entre différents espaces, dans un ordre précis. De plus en plus souvent cependant, l'exposition de musée est conçue non comme le support d'un propos spécifique, mais comme une promenade que le visiteur pourrait accommoder à sa manière, où les objets exposés et l'information les concernant sont une plus-value par rapport à la balade proposée :

*«L'image moi que j'avais, alors c'est une image très ringarde, très vieillotte, c'est l'image, je crois que c'est Hubert Robert, la grande galerie du Louvre avec tous ces gens qui se baladent et qui discutent comme si cet endroit n'était qu'une galerie couverte de la ville.»*⁴⁵⁴

En outre, les parcours muséaux très dirigés ou les propos très construits n'empêchent pas la présentation des objets de manière individuelle et frontale, comme dans les expositions marchandes. Les rendus scénographiques peuvent alors se rejoindre.

Si les parcours sont relativement différents entre expositions marchandes et muséales, les décors des expositions le sont beaucoup moins : dans l'ensemble des différents types d'expositions, qu'elles soient en galerie, en maisons de ventes ou en musées, l'ambiance est souvent monochrome, quand de grands aplats de couleurs ne délimitent pas certaines zones (le blanc, le beige et le noir étant les couleurs de prédilection des expositions monochromes).

⁴⁵³ Un point fortement ressenti par les visiteurs du parcours permanent comme le signalent DEBARY Octave, ROUSTAN Mélanie, *Voyage au musée du quai Branly...* : l'aspect labyrinthique, l'ouverture du parcours et l'absence de fil rouge ou de narration proposée par le musée sont quasi systématiquement relevés par leurs enquêtes.

⁴⁵⁴ Entretien avec Zette Cazalas à Paris, le 17 mars 2016.



Figure 6. Exemple de monochromie: vue générale de l'exposition *Les Maîtres de la sculpture* (musée du quai Branly – Jacques Chirac, 2015). Photo A. D.

De même, l'observation du corpus d'exposition montre une nette prédominance des éclairages cadrés, focalisés, rarement naturels; les jeux d'ombres sont très fréquents (fig. 6) et l'effet rendu dramatise les pièces, s'apparentant aux éclairages du théâtre ou au monde du luxe, comme certaines vitrines de bijouteries. Si la pose des pièces dans l'obscurité et l'utilisation d'un éclairage artificiel facilitent le maintien de bonnes conditions de conservation, l'éclairage généralement très cadré et zénithal ne répond à aucune contrainte technique, comme le rappelle Jean-Hubert Martin :

*«J'ai souvent critiqué la Fondation Dapper, car c'est très joli, mais les vitrines n'étaient pas très profondes et l'éclairage au-dessus fait des ombres qui masquent les formes. Dans Carambolages, l'éclairage se fait par au-dessous, par exemple.»*⁴⁵⁵

Ce type d'éclairage est présent dans toutes les expositions de galeries observées, dans la majorité des expositions de ventes aux enchères et dans une moindre mesure dans les expositions muséales : notons qu'il est présent à la Fondation Musée Dapper, au Musée Barbier-Muller, dans l'exposition permanente du quai Branly – Jacques Chirac ainsi que dans les expositions temporaires⁴⁵⁶.

⁴⁵⁵ Entretien avec Jean-Hubert Martin à Paris, le 18 mars 2016.

⁴⁵⁶ Pour la totalité des analyses expographiques, se reporter au volume d'annexes disponible en ligne : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02172258>.



Figure 7. Vue d'un espace du plateau des collections du musée du quai Branly – Jacques Chirac et des jeux d'ombres provoqués par l'éclairage zénithal artificiel. Photo A. D.

Cet éclairage a généralement pour conséquence de cadrer les objets et d'individualiser les pièces, un procédé encore renforcé par les soclages et l'accrochage: dans la totalité des expositions (excepté celles du Musée d'ethnographie de Neuchâtel) la majorité des objets sont présentés sous vitrine ou accrochés à des distances importantes les uns des autres; ils sont rarement groupés, exception faite de certains petits formats ou d'effets de tableaux voulus dans des cas ou des endroits précis, ou des dispositifs s'opposant clairement au dispositif principal, comme nous l'avons vu pour la tour des instruments de musique du musée du quai Branly – Jacques Chirac. Bien que regroupés par ensembles thématiques ou formels dans les expositions de musées, les objets sont toujours présentés comme des unités de sens, pertinents et compréhensibles en eux-mêmes et pour eux-mêmes. Il est intéressant de noter que le soclage fait l'objet d'un intérêt de plus en plus important au sein du champ: de simple outil



Figure 8. Vue de l'éclairage de l'exposition *Chefs-d'œuvre d'Afrique* à la Fondation Musée Dapper. Photo A. D.

de présentation des objets, le soclage est devenu un art à part entière dans la façon de présenter et de mettre en valeur les pièces. Ainsi, certains socleurs sont considérés comme des artistes et signent leur travail, et des objets soclés par ces derniers acquièrent une valeur plus importante sur les marchés. Ainsi, Kichizo Inagaki qui, fréquentant l'avant-garde artistique du début du xx^e siècle, commence à élaborer des socles en bois pour les masques africains. Son soclage est considéré comme révolutionnaire, car il épouse l'objet présenté, formant un tout homogène, voire complétant l'objet. Ses socles sont estampillés et mentionnés lors des ventes, par exemple le lot 2 de la vente de la collection Viviane Jutheu à Sotheby's du 14 décembre 2016, le lot 3 de la vente Malcom à Sotheby's le 22 juin 2016.

Cet intérêt atteste d'une artification non plus seulement des objets ethnographiques, mais – comme cela se voit aussi dans les autres



Figure 9. Vitrine sans verre au stand de la galerie Bernard Dulon à la Brafa 2014. Photo A. D.

champs artistiques (Bawin, 2014) – d’une artification du média même de l’exposition et de la mise en valeur des objets.

L’usage de la vitrine est un exemple intéressant des expositions d’objets ethnographiques: les musées systématisent son utilisation, du moins pour les formats le permettant. Dans ceux-ci, l’usage de la vitrine relève bien évidemment d’une contrainte de sécurité et de conservation des objets, les expositions s’étendant souvent sur des périodes de plusieurs mois. La vitrine est moins utilisée dans le monde marchand, où le contact avec l’objet est au centre du désir de possession et où le sens du toucher permet de fixer certains critères de valeur (l’ancienneté ou l’authenticité, en touchant la patine par exemple). Cependant, presque totalement absente des expositions des maisons de ventes des galeries, la vitrine se retrouve de plus en plus dans les expositions marchandes depuis 2014. Si elle n’y sert que rarement à protéger l’objet, elle joue en revanche son rôle de cadre et d’individualisation, renforçant le dispositif déployé par l’éclairage. Les marchands se retrouvent alors confrontés à un dilemme: l’utilisation de la vitrine cadre l’objet, le met en valeur et s’apparente à un dispositif muséal, ce qui crédibilise de façon générale toute l’exposition, les objets et les informations qui y sont déployés; cependant, les potentiels acheteurs n’ont plus accès aux objets et la vitrine crée une distance



Figure 10. Vue d'une vitrine de la galerie Bernard Dulon au Parcours des Mondes 2015. Photo A. D.

entre celui-ci et le collectionneur. Ce problème est réglé de diverses manières par les marchands, la solution la plus ingénieuse étant sûrement proposée par la galerie Bernard Dulon : les objets sont entourés des seuls montants des vitrines, sans le verre, de façon à créer l'illusion d'une vitrine (fig. 10 et 11). L'objet est ainsi mis en valeur, mais reste accessible rapidement et facilement.

Il est important de noter que si les éléments scénographiques vus ci-dessus sont relativement homogènes entre musées et marchés, c'est aussi parce que leurs exécutants sont parfois les mêmes : en effet, tant les institutions muséales que marchandes ont pour habitude de sous-traiter la partie scénographique, voire muséographique, de leurs expositions à des



Figure 11. Vue des vitrines de la galerie Bernard Dulon au Parcours des Mondes 2014. Photo A. D.

scénographes ou architectes⁴⁵⁷. Il existe alors une mobilité des acteurs externes aux deux mondes entre l'un et l'autre et des transferts de savoir-faire indéniables, qui ont parfois pour conséquence une homogénéisation des pratiques scénographiques entre les deux sphères.

Différentes recherches ont esquissé des typologies des expositions d'objets ethnographiques, comme nous l'avons vu dans l'introduction de cet ouvrage, mais ces dernières ne se sont concentrées que sur les expositions

⁴⁵⁷ On observe même dans le monde muséal une véritable montée en puissance de ces corps de métiers, comme le rappelle François Mairesse (2010b : 223).



Figure 12. Vue de l'exposition *Maîtres de la sculpture de Côte d'Ivoire*, 2015-2016. Photo © musée du quai Branly – Jacques Chirac, dist. RMN-Grand Palais / Cyril Zannettacci.

de musées. En prenant en compte l'ensemble des éléments composant la scénographie, soit l'ambiance créée par les décors, l'éclairage, les choix des objets, les vitrines et les parcours d'expositions, les « moments expositionnels » des objets ethnographiques peuvent se schématiser selon moi en trois modèles : une tendance *whitebox*, *blackbox*, sur le modèle qui s'est développé dans les années 1970 pour l'art contemporain et qui a pour objectif d'annihiler totalement le contexte et l'environnement de l'œuvre. Ce dispositif crée un espace duquel le monde extérieur est exclu et participe au processus d'artification des objets :

«L'espace neutralisé, hors du temps et de l'espace, est le "médium alchimique" où toute marque inscrite sur cette surface sous tension qu'est le tableau prend sens. Il est l'"en puissance" de l'art.» (O'Doherty, 1976-1981 : 8)

Notons que ce processus d'extraction de l'objet du monde extérieur s'opère autant dans des espaces très sombres que dans des espaces clairs.



Figure 13. Vue de l'exposition des objets de la vente Sotheby's, décembre 2015. Photo A. D.

C'est le cas de la majorité des expositions des galeries, d'un grand nombre des expositions temporaires des musées (*Maîtres de la Côte d'Ivoire, Charles Ratton*), notamment lorsque celles-ci associent des objets autres qu'ethnographiques (*Color Line* ou *Éclectique*) et de la totalité des expositions de ventes aux enchères⁴⁵⁸.

⁴⁵⁸ Pour la totalité des analyses expographiques, se reporter au volume d'annexes dans ma thèse disponible en ligne sur HAL : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02172258>.



Figure 14. Vue du mur imprimé forêt dans l'exposition permanente du musée du quai Branly – Jacques Chirac. Photo A. D.

Le deuxième modèle est celui d'une tendance dite « *environnementale* » qui, sans recréer les environnements réels d'usage des objets comme l'avait préconisé Jean Gabus, calque sur eux certaines représentations type, comme celle de la jungle. À nouveau, l'espace sombre ou clair est moins central que l'ajout d'éléments décoratifs extérieurs, par opposition au modèle *whitebox*, *blackbox* dont le dénuement est la caractéristique majeure. C'est ainsi le dispositif de l'exposition permanente du musée du quai Branly – Jacques Chirac, de quelques expositions de galeristes comme Lucas Ratton, de la Fondation Musée Dapper ou du Musée Barbier-Muller. Malgré sa présence dans des musées importants et reconnus, cette tendance est bien moins répandue que le modèle *whitebox*, *blackbox*.

Finalement, le troisième modèle est le contre-exemple neuchâtelois : ancrée dans un propos narratif fort, l'ambiance créée est au service de ce propos – comme le sont les objets – et ne sert ni à mettre en valeur les objets comme le dispositif de *whitecube*, ni à les insérer dans des représentations exotisantes, ni à les recontextualiser. Ainsi, la scénographie est toujours liée au propos développé, littéralement ou métaphoriquement : une banquise pour la congélation du patrimoine immatériel dans l'exposition



Figure 15. Vue de la devanture de l'exposition de la galerie Lucas Ratton lors du Parcours des Mondes 2015. Photo A. D.

Hors-Champs (3.11.2012-29.12.2013), un livre pour la présentation des gravures de l'ouvrage d'Aimé Humbert *Le Japon illustré* (20.04.2014-26.04.2015), un intérieur domestique pour décortiquer les rouages du sentiment de chez soi dans l'exposition *Home sweet home* (13.06-29.09.2013).

On peut noter que ces typologies ne sont pas celles d'une tendance contextualisante *versus* une tendance esthétisante, les deux aspects étant souvent présents dans chacun des modèles, à des degrés divers. On peut aussi noter que mis à part le modèle neuchâtelois, très caractéristique du Musée d'ethnographie de Neuchâtel et ayant essaimé dans une poignée de

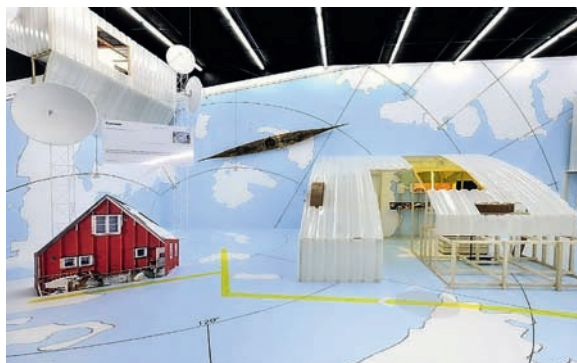


Figure 16. Vue de l'exposition *Hors-Champs* dont la scénographie comportait une carte de la banquise et la reprise des maisons nordiques. Photographie MEN/Alain Germond, 2012.

musées seulement, le modèle environnemental ou du *whitebox*, *blackbox* se retrouve autant du côté marchand que muséal.

Les discours et les textes

Fortement liés au parcours d'exposition et au degré de narrativité de l'exposition, discours et textes peuvent dépendre des modèles évoqués ci-dessus, mais pas seulement : ainsi, si le modèle *neuchâtelois* repose sur un propos narratif plus important, cela ne signifie pas que davantage de textes apparaissent dans l'exposition. Les expositions respectent en cela un canevas fixé par Georges Henri Rivière et repris dans la majorité des musées – musée du quai Branly – Jacques Chirac, musée de l'Homme, etc. – qui définit les textes d'exposition en trois niveaux, devant comprendre chacun un type d'information différent dans un nombre de signes définis : texte d'espace, texte de zone et cartels, qui peuvent être augmentés ou simples. Parfois, les musées réduisent encore davantage ces espaces de textes, alors que, du côté marchand, la tendance est au rallongement des discours : ainsi, la totalité des textes du Pavillon des Sessions du Louvre est en général bien moins conséquente que les textes présentés dans les expositions de Sotheby's, par exemple. Finalement, il est aussi fréquent

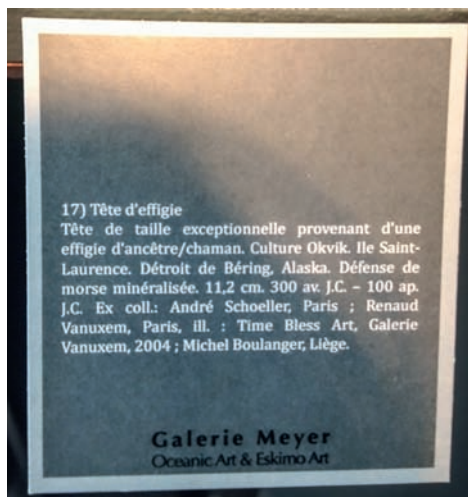


Figure 17. Cartel de l'exposition de la galerie Meyer, Biennale de Paris 2016. Photo A. D.

dans les expositions muséales que les textes concernant les objets soient séparés des vitrines ou de l'espace d'exposition, alors que les expositions marchandes, lorsque le texte est inclus, l'exposent à côté des objets.

Les informations dispensées dans les expositions illustrent, comme l'usage des vitrines, certains glissements entre les expositions marchandes et les expositions muséales: dans tous les cas, l'objet possède un titre et une origine, l'un et l'autre pouvant parfois se confondre (fig. 17), parfois non et ce au sein de la même exposition. La provenance géographique (pays), la matière et une référence (cote, numéro de lot, etc.) sont des incontournables; on trouve parfois le trajet de l'objet après la sortie de son pays d'origine (collections, publications, expositions), la taille, des informations supplémentaires diverses concernant l'usage ou la fonction de l'objet.

Les cartels des objets illustrent bien les problèmes du champ à définir les informations pertinentes le concernant: les provenances ethniques et géographiques sont souvent assimilées et les termes utilisés pour définir les objets font parfois référence à son type (sculpture, dessin, etc.) et parfois à sa fonction (masque rituel, etc.).

En outre, les cartels illustrent aussi l'évolution et la fixation des critères constituant le canevas de valorisation des objets : les références aux anciennes collections et au parcours de l'objet se sont systématisées, de même que la mention des matières de l'objet. Si l'histoire des collections possède une importance non négligeable au sein des institutions muséales, il était rare de voir figurer sur des cartels l'entier des trajets des objets, ces derniers privilégiant plutôt l'actuel possesseur. Preuve que le critère du pedigree s'est généralisé au sein du champ, aujourd'hui, la mention des anciennes collections fait partie intégrante de l'information minimale sur ces objets, et ce même dans les expositions muséales, où cette information censée apporter de la valeur sur le marché ne faisait pas sens.

L'indication de la matière, en revanche, est une indication classique des cartels des objets exposés, provenant des champs de l'art classique où il est courant d'indiquer le type de peinture ou de support sur lequel l'œuvre figure. Cette indication de matière a été récupérée par les milieux marchands, qui calquent de plus en plus leurs pratiques expographiques sur les musées et donc le style de leurs cartels : la mention de patine – dont la traduction anglaise, *empowering substance*, traduit bien les enjeux (fig. 18) – y apparaît par exemple pour désigner la matière. La patine n'est pourtant pas une matière en soi ; il s'agit par contre d'un terme fréquemment utilisé pour désigner les restes de sang, de cendres ou des autres matières indiquant que l'objet a servi, l'usage étant, comme nous l'avons déjà vu⁴⁵⁹, un des critères majeurs du canevas de valorisation des objets.

Finalement, si les cartels des expositions illustrent l'homogénéisation des pratiques en cours entre expositions muséales et marchandes ainsi que le processus de fixation des critères de valeur des objets, les textes généraux et d'introduction informent quant à eux davantage sur les enjeux sous-jacents de l'exposition en général. Ainsi, les textes du Pavillon des Sessions par exemple rappellent les enjeux politiques au centre de l'exposition des objets ethnographiques⁴⁶⁰. C'est que ces textes sont destinés à un public, parfois spécifique, et que l'informer, le convaincre, voire le persuader sont aussi des objectifs de l'exposition. Comme le rappelle Marie-Sylvie Poli (2010 : 9),

⁴⁵⁹ Voir chapitre 4, point L'usage et l'ancienneté : les critères fondateurs, p. 233.

⁴⁶⁰ Voir le texte de présentation du Département sur le site internet du musée du Louvre : « *Jouissant d'un rayonnement international, il [le Pavillon des Sessions] manifeste qu'il n'y a pas plus de hiérarchie entre les arts qu'il n'y a de hiérarchie entre les peuples* ». « Collections, Départements et domaines », www.louvre.fr/departements/le-pavillon-des-sessions [consulté le 1^{er} avril 2018].

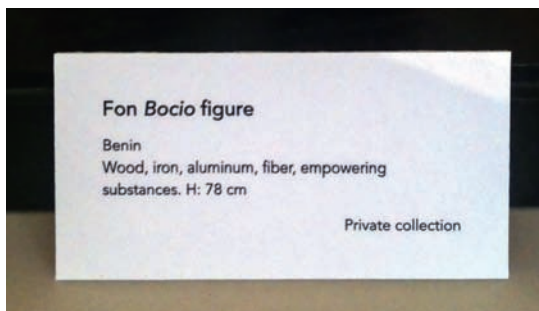


Figure 18. Cartel de l'exposition *Uzuri wa Dunia* de Winter Bruneaf 2015. Photo A. D.

le texte donne les modèles de référence de l'exposition et traduit à la fois «*les courants de pensée que l'exposition approuve ou ceux auxquels elle s'oppose et les catégories socioculturelles des visiteurs auxquels les concepteurs s'adressent en priorité*».

Les publics : la réception

La méthode que nous avons choisie, empruntée aux études théâtrales, nous invite à considérer tous les individus impliqués dans la pièce qu'est l'exposition : concepteurs, acteurs, mais aussi spectateurs. Les publics ne sont en effet pas de simples visiteurs passifs des moments expositionnels des objets ethnographiques : comme Grotowski l'avait théorisé pour le théâtre (Borie, 2013), les publics peuvent aussi être partie prenante du jeu théâtral. Leur participation se déploie sur deux axes : l'interprétation personnelle de l'exposition par chaque visiteur, d'une part, et l'influence des publics en amont des expositions, dans la prise en compte de leurs demandes ou leurs attentes supposées, d'autre part. Ces deux axes rejoignent l'analyse des publics opérée par Helbo (1987 : 87) pour le théâtre, ce dernier distinguant les stratégies productives à destination des publics et les stratégies réceptives qui concernent les processus d'interprétation, d'émotion et de réappropriation de l'exposition.

Nous avons vu jusqu'ici l'exposition comme le produit de ses concepteurs – architectes, muséographes, mais aussi tous les acteurs

influençant les choix – et souligné à quel point le dispositif d'exposition est à la croisée des représentations de leurs créateurs. Cependant, Baxandall (1991) note que l'exposition est au centre d'un triptyque composé de l'artiste, des concepteurs et des publics et que le dispositif ne peut être envisagé comme unilatéral. Les publics ne sont en effet pas seulement les récepteurs d'un propos ou les réceptacles des décisions élaborées en amont, mais possèdent une marge d'interprétation, voire de réinterprétation des dispositifs, comme le rappelle Barthes (1984 : 45) ou O'Doherty (1976-1981 : 21) : le spectateur est l'interprète des signes typographiques présents dans la page blanche mise en espace et constituant une réserve de sens. Les publics sont donc importants dans la manière dont ils interprètent l'exposition, de façon personnelle et dépendante de nombreux facteurs : connaissances générales et spécifiques, conditions de réception, etc.

Si nous ne nous attardons pas sur chacune de ces conditions qui devraient faire l'objet d'une recherche séparée sur l'étude des publics des musées d'ethnographie et la réception de leurs expositions⁴⁶¹, le terrain mené dans le cadre de cette recherche nous permet de nous arrêter quelques instants sur les stratégies productives à destination des publics développées tant du côté des musées que des marchés.

Du côté des expositions marchandes, il semble évident que de nombreuses stratégies productives existent en direction des publics, puisque l'exposition des objets vise à convaincre un public bien défini et à lui donner envie d'accorder de la valeur à ces objets. Ces stratégies relèvent d'une scénographie se calquant en partie sur certains dispositifs muséaux : cartels, imitation de vitrines, thématisation des expositions, etc. Deuxièmement, le développement des recherches effectuées sur les objets en vue de leur exposition relève aussi d'une entreprise de crédibilisation auprès du public, afin d'obtenir et d'entretenir sa confiance. Finalement, les choix d'objets et d'expositions se font aussi selon les publics visés, qui peuvent être différents selon les expositions : dans une foire générale ou une foire dédiée aux arts africains et océaniens, les galeristes ne choisiront

⁴⁶¹ Pour davantage de développements sur ces questions, voir les recherches menées sur les publics en muséologie comme l'article de FALK John (« Expérience de visite, identités et self-aspects », *La Lettre de l'OCIM* 141, 2012, pp. 5-14) ou les études de public menées plus spécifiquement sur chaque exposition de musée, comme celle effectuée par Octave Debary et Mélanie Roustan au musée du quai Branly-Jacques Chirac (2012).

pas d'exposer les mêmes objets. De même, les ventes choisissent les objets à vendre selon le public attendu et visé :

« On est dans deux événements complètement différents donc ça permet de présenter, je dirais d'avoir un stock, une sélection qui peut être parallèle, similaire, il y a d'autres objets que j'ai gardés pour Masterpiece et donc que j'ai gardés ici. Il y a deux sélections avec un crossover sur peut-être 30-40 % de la sélection. Parce que ce sont deux publics différents. »⁴⁶²

Le choix des objets se fait aussi du côté des musées, puisque les concepteurs s'adaptent aux attentes présumées d'un public :

« Ceci dit, c'est vrai aussi qu'il faut être raisonnable. Je pense que l'on n'attrape pas une mouche avec du vinaigre, c'est-à-dire que le succès du quai Branly on le pose en grande partie sur la qualité des pièces que l'on a à montrer. Enfin sur des tas de critères, mais en partie sur la qualité des pièces que l'on a à montrer. Les gens qui sont venus ont été absolument étonnés, ce qui n'était pas couru d'avance. »⁴⁶³

Si le musée n'attire pas le public pour vendre davantage d'objets, il est aussi soumis à des logiques économiques qui voient son évaluation faite notamment sur le nombre d'entrées : pour que ces dernières soient optimisées, les expositions doivent présenter les objets que le public peut aimer, voire s'attend à (re)voir.

Tant du côté marchand que muséal, le but de l'exercice entre concepteurs d'expositions et publics est double : il s'agit à la fois de s'adapter aux publics visés et en même temps de convaincre ces derniers que les objets présentés ont de la valeur – ou du moins un type de valeur. La construction et la diffusion de la convention des critères de valeurs du champ se déploient lors de ces interactions et le prix que l'acheteur est prêt à payer pour acquérir l'objet est la preuve, sur le marché, que ce dernier remplit les critères de valeur propre au champ, mais aussi qu'il est crédible par rapport aux autres objets du monde de l'art. L'un des enjeux est bien entendu de valider la place des arts africains et océaniques dans le champ de l'art et plus les prix proposés sont élevés, plus la reconnaissance accordée à ces arts sera considérée comme effective⁴⁶⁴. Cet enjeu de reconnaissance par

⁴⁶² Entretien avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

⁴⁶³ Entretien avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

⁴⁶⁴ GRAW Isabelle, *High Price : art between the market and celebrity culture*, Berlin, Sternberg Press, 2009, 244 p., montre comment les acteurs du marché de l'art considèrent le prix donné par les enchères comme « *révélant la vérité artistique* » des objets.

le public des arts africains et océaniens est aussi perceptible du côté du musée ; cependant, l'objet n'étant pas mis à prix, c'est le simple fait de l'exposer qui lui accorde cette reconnaissance.

Cette reconnaissance est aussi teintée d'enjeux politiques, puisque l'exposition des objets est bien souvent comparée à une « revanche » des peuples producteurs des objets sur la colonisation ou les théories évolutionnistes. Non seulement exposer les objets participe, en rendant les objets égaux, à rendre les cultures égales⁴⁶⁵, mais l'entrée des objets ethnographiques dans un musée d'art national en France a été vu comme une réparation octroyée aux producteurs et anciens possesseurs de ces objets, comme nous l'avons vu pour le cas du musée du quai Branly – Jacques Chirac : *« Il ne s'agissait pas simplement de culture mais aussi d'un geste politique et symbolique fort au sens exaltant du terme, quand les affaires d'État s'éloignent des circonstances quotidiennes, donnent un sens à l'action et offrent une certaine vision du monde. En décrétant que notre plus grand musée serait la terre d'asile de tous les arts et refuserait d'en écarter la moindre civilisation, il en finissait officiellement avec le regard convenu posé sur certains peuples. Il ne s'agissait pas d'exposer quelques trésors mais de prouver que tous les hommes ont droit à l'Histoire. »* (Martin-Chauffier, 2010 : 6)

En effet, le discours prononcé par Jacques Chirac au moment de l'inauguration ne souffre aucune ambiguïté :

*« Il était nécessaire d'imaginer un lieu original qui rende justice à l'infinie diversité des cultures, un lieu qui manifeste un autre regard sur le génie des peuples et des civilisations d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques. Au nom de ce sentiment de respect et de reconnaissance. »*⁴⁶⁶

L'exposition illustre ainsi le dédoublement des circuits de reconnaissance : le marché valide par le prix accordé à l'objet leur valeur financière, attestant par là leur légitimité à être ne serait-ce que simplement considérés ; ce mouvement ne peut s'opérer sans l'aide du musée qui valide

⁴⁶⁵ Dans son manifeste, Jacques Kerchache (1991) explique que le refus d'ouvrir une aile du Louvre aux objets extra-occidentaux s'apparente à « un aveuglement qui n'est pas sans rappeler celui de la nuit coloniale ».

⁴⁶⁶ « Déclaration de M. Jacques Chirac, Président de la République, sur le Musée du quai Branly et le dialogue entre les cultures du Nord et du Sud, à Paris le 20 juin 2006 », 2006. Disponible en ligne : <https://www.vie-publique.fr/discours/162270-declaration-de-m-jacques-chirac-president-de-la-republique-sur-le-mus> [consulté le 20 novembre 2022].

à son tour cette légitimité, la reconnaissance s'effectuant dans ce réseau noué entre les différents acteurs du champ.

Bilan : vers un brouillage des spécificités ?

Nous avons mis en évidence la multiplicité des types d'expositions présentées dans le champ de l'objet ethnographique et les objectifs parfois très différents que ces dernières servent. Cependant, malgré l'hétérogénéité de ces objectifs, nous avons vu que les scénographies finales se partageaient en plusieurs modèles non strictement attribuables aux musées ou aux marchés, ce qui s'oppose aux thèses avancées jusqu'ici sur une répartition des valeurs entre les musées et les marchés, les premiers s'attribuant un régime de communauté et les seconds un régime de singularité.

Si l'exposition muséale a pour objectif l'éducation et la délectation des publics, les musées d'ethnographie sont orientés pour leur part dans leurs choix d'expositions par la rencontre d'intérêts variés au sein de l'institution, liés à la multiplication des individus et des services impliqués. Différentes logiques entrent alors en tension, donnant souvent lieu à des compromis, généralement aussi liés au positionnement et à l'identité de l'institution dans le panorama des musées d'ethnographie et dans le panorama des musées de la zone géographique (France, Belgique, Suisse). Davantage que les représentants d'un ensemble d'institutions liées à une discipline académique que serait l'ethnologie ou l'anthropologie, les musées d'ethnographie se positionnent tous sur un aspect évocable par l'exposition d'objets africains et océaniens (considérations artistiques, réflexions sur l'actualité, enjeux géopolitiques, etc.), cherchant à se différencier ou à se renouveler par rapport aux autres institutions, dans une logique de concurrence – car il faut attirer du public –, mais aussi de complémentarité. Loin de former un ensemble homogène, les expositions d'objets ethnographiques se caractérisent par la multiplicité des possibilités scénographiques, selon l'écosystème muséographique dans lequel elles s'inscrivent.

Si cet écosystème pèse sur le choix des thématiques d'expositions, des objets et des dispositifs, reste que le résultat final est parfois indifférenciable, entre expositions de musées ou de marchands. Après un brouillage entre les acteurs, les hiérarchies et les critères d'acquisitions

ou de valorisation des objets, nous voyons avec ce dernier chapitre qu'il existe aussi un brouillage entre les dispositifs expographiques muséaux et marchands. Les scénographies ne peuvent être strictement réparties entre musées et marchés, et malgré certaines spécificités muséales (accessibilité⁴⁶⁷, multimédias, parcours et espaces plus structurés et plus longs), il est évident que les deux sphères s'influencent mutuellement, un constat aussi opéré par quelques acteurs du champ :

«Ce qui est très dommageable de mon point de vue, c'est qu'à ce moment-là, le musée d'art, de cultures, à voir comment vous l'appelez, finalement, d'un point de vue muséographique, rejoint absolument les galeristes, au niveau de la technicité muséale, même si l'objectif est différent.»⁴⁶⁸

Les expositions permanentes des musées se fondent généralement moins sur un propos thématique ou structuré, les rapprochant des expositions marchandes ; les scénographies et les dispositifs textuels se croisent ; les savoir-faire et les collaborateurs naviguent entre les deux sphères, participant à une certaine homogénéisation des rendus finaux⁴⁶⁹. Cette vision globale du champ permet de comprendre le fonctionnement, les objectifs et la place de l'institution muséale non comme une entité autonome et indépendante, mais comme l'un des nœuds d'un rhizome complexe dans lequel les acteurs, leurs pratiques et leurs représentations se croisent régulièrement et s'interpénètrent parfois.

Les expositions ont pour conséquence, si ce n'est pour objectif avéré, de transmettre et de diffuser le cadre des conventions de valeurs des objets, tout en répondant aux enjeux déjà évoqués. Envisager les expositions comme des espaces de théâtralité nous montre qu'il s'agit de la valorisation et de la diffusion de certains critères de valeur : une forte centralisation sur l'Afrique, par exemple, qui bien que très marquée du côté marchand

⁴⁶⁷ Il est à ce titre intéressant de noter que, malgré les discours des marchands d'objets ethnographiques extrêmement focalisés sur les aspects sensoriels et expérientiels de la connaissance à l'objet, aucun dispositif spécifique n'a encore été proposé pour renforcer l'accessibilité des objets sur le marché de l'art.

⁴⁶⁸ Entretien avec un chercheur du musée de l'Homme à Paris, le 10 septembre 2014.

⁴⁶⁹ Notons que ces emprunts ne sont pas spécifiques à notre époque, puisque déjà en son temps Théodore Delachaux empruntait aux dispositifs marchands pour concevoir ses expositions (*«il est curieux de constater que l'essor et le perfectionnement des méthodes de présentation des collections nous est venu des commerçants»*, *Rapport du Musée d'ethnographie*, 1934, p. 109) et Jean Gabus préconisait de s'intéresser davantage aux *«procédés des étalagistes dans les grands magasins, des foires industrielles, des scènes de théâtre»* (Gabus, 1955 : 15). Voir l'article de Valérie Sierro (2005 : 323).

est aussi très prégnante du côté muséal; des dispositifs individualisant les objets, voire favorisant leur appréhension comme des tableaux, par opposition, par exemple, aux dispositifs du début du siècle favorisant les monstrations de séries et de nombreux objets d'un même type (une dramaturgie importante créée par l'éclairage notamment). Dans un espace performé, l'exposition crée une fiction, une histoire spécifique à notre représentation actuelle de ce que sont, de ce que nous devons en faire et de ce que doivent transmettre ces objets ethnographiques.

Ainsi, davantage que relevant d'un type d'acteur du champ, les expositions d'objets ethnographiques témoignent de modalités d'appropriation des productions matérielles d'une altérité définie au prisme des éléments valorisant certains objets, et donc par extension d'une appropriation de cette altérité même. Cette modalité d'appropriation telle qu'observée lors de ce terrain de recherche montre les spécificités de son époque – artification de l'objet et de l'exposition, singularisation, etc. – tout en s'ancrant dans des considérations historiques importantes, malgré des dispositifs les gommant parfois. Ainsi la large place de l'Afrique et de la sculpture dans les dispositifs étudiés témoigne d'un mode de structuration de la discipline ethnologique, et ce même si le musée d'ethnographie et sa discipline ont vécu une séparation houleuse.

Conclusion

Il arrive un moment où l'argent cesse d'être l'enjeu principal.

Robert Lacey et Gérald Messadié, *Sotheby's: le marché de l'art et ses secrets*, 1998

L'objectif de cette recherche était d'observer certaines pratiques des médiateurs de l'objet ethnographique que sont les musées et les marchés ainsi que des situations dans lesquelles ils se retrouvent co-impliqués, ceci afin de comprendre la constitution de la valeur de ces objets aujourd'hui. En se focalisant sur les relations, tant formelles qu'informelles, tissées entre les acteurs du champ, nous avons tiré quelques conclusions – et nous nous retrouvons aussi avec de nouvelles questions.

Un écosystème hétérogène

Ce travail a pris racine dans une catégorisation définissant d'un côté des marchands et de l'autre des musées. Non seulement cette catégorisation était nécessaire au développement de la pensée et de l'analyse anthropologique, mais nous avons vu qu'elle était aussi créée par les acteurs eux-mêmes, particulièrement dans leurs discours. Cependant, nous avons souligné tout au long de l'analyse – et c'est là certainement une des conclusions majeures de ce travail – qu'un brouillage s'opère entre les acteurs du champ, leurs pratiques, leurs représentations et les événements qu'ils produisent. Ainsi,

le résultat est sans appel : les individus possèdent des profils variés, et ni les représentations, ni les pratiques, ni les événements servant à se définir dans ce champ ne peuvent être répartis comme appartenant de façon exclusive à un seul de ces groupes d'acteurs, malgré leurs déclarations.

Des positions perméables au sein des catégories et entre elles

Du côté des marchands, tout d'abord, si nous avons mis en évidence dans la sociographie du marché de l'art africain et océanien du chapitre 2 une hiérarchisation de leurs positions, nous avons surtout vu que celles-ci étaient perméables : premièrement, parce que les marchands possèdent des possibilités d'évolution entre les différents statuts (galeristes, galeristes «*leaders*», experts, etc.); deuxièmement, parce qu'il existe aussi une porosité des frontières entre catégories (galeriste, collectionneur, expert, marchand en chambre, etc.) et des mouvements entre environnements professionnels. Ainsi, la hiérarchie n'est pas une pyramide fonctionnant en silos horizontaux étanches et fermés : de même que collectionneur et galeriste sont parfois deux rôles endossés par la même personne en même temps ou à des temps différents, un galeriste peut avoir été conservateur de musée, ou un collaborateur d'exposition peut avoir travaillé en galerie, ou un socleur ou un scénographe peuvent travailler sur des expositions tant muséales que marchandes, etc.

Cette fragmentation des rôles et cette porosité des acteurs se retrouvent au niveau des musées : ceux-ci déploient des stratégies variées, tant en termes d'acquisitions, d'expositions que de communication. La catégorie de «*musée d'ethnographie*» n'englobe ainsi pas un projet muséal homogène et les représentations des significations que doivent porter les objets conservés au sein de ces collections ne sont pas unanimement partagées. Les acteurs engagés au sein des musées sont en outre aussi divers et endossent des rôles variés selon les organigrammes, les tailles et les projets des institutions.

Cette perméabilité ne s'observe pas uniquement dans les positions des acteurs, mais aussi dans leurs pratiques : nous avons vu dans la cartographie du marché de l'art africain et océanien que l'évolution du champ se manifestait par une forte montée de l'événementiel, composé d'expositions, de conférences, de spectacles, de vernissages, etc. Si cette

recherche ne s'est volontairement pas focalisée sur les publics, nous avons vu que les événements brassent des individus naviguant entre les offres muséales et marchandes : les événements des marchés – comme, par exemple, les foires d'art – sont considérés comme des moments culturels par les consommateurs. Ce constat mériterait d'être affiné par des études de publics plus ciblées, comparant les fréquentations, attentes et comportements des publics de galeries et de musées, mais le terrain de cette recherche a déjà mis en évidence une forte porosité entre les différentes offres proposées par les musées et les marchés. Le visiteur du Parcours des Mondes est ainsi généralement aussi un visiteur du musée du quai Branly, par exemple, ou les visiteurs de la Brafa fréquentent la foire pour regarder et apprendre et non pour acheter, consommant ainsi cet événement culturel au même titre qu'une exposition proposée en musée. L'objet ethnographique entre ainsi dans une catégorie de « *signes consommables* » (Baudrillard, 1968).

En outre, même dans les cas où les stratégies des marchés et des musées sont différentes et où les objectifs sont diamétralement opposés, nous avons vu comment le média principal de ces événements – l'exposition – illustre les transferts de représentations, de savoir-faire et de critères de valeur des objets. Ces exemples ont montré que la séparation classiquement opérée entre des expositions esthétiques et pédagogiques était peu pertinente aujourd'hui, de même que les registres de valeurs apposés aux objets. La dichotomie entre marchand-esthète et musée-pédagogique est dans les faits une carte composée de différents pôles (contextualiser, singulariser, exotiser, dépouiller, etc.) vers lesquels les acteurs se positionnent au gré des situations : les catégorisations sont ainsi davantage situationnelles que factuelles. Il s'agit ici de distinguer les personnes des positions qu'elles occupent : les logiques sociales ne résident pas intrinsèquement dans les personnalités ou individualités de chacun, mais bien dans les conventions collectives qui définissent les rôles de chacun.

Un brouillage induit par le contexte économique et producteur de nouvelles valeurs

L'étanchéité et l'hybridation des profils, qui amènent les acteurs à collaborer sur des plans divers (expositions, publications, achats, expertises, etc.), sont tout d'abord à rattacher à un brouillage plus général entre le

secteur privé et le secteur public. Cette interpénétration des sphères privées et publiques s'observe de façon de plus en plus importante dans le domaine culturel et sur différents plans. Nous avons vu comment le néo-libéralisme a influencé conséquemment non seulement la création de la catégorie propre aux objets ethnographiques, mais aussi les modes de fonctionnement des acteurs naviguant autour de ces objets, avec le développement de l'*experience economy*, ainsi que les relations entre acteurs : l'état emprunte de plus en plus aux logiques de marché et le marché gagne une légitimité impossible auparavant. Cette perméabilité semble neuve, mais uniquement par opposition à l'ère qui la précédait directement et qui avait vu les musées et les marchés se construire de manière opposée, les premiers endossant le rôle de régulateurs des seconds. Cependant, cette perméabilité s'est observée à d'autres moments de l'histoire des objets ethnographiques, comme nous l'avons vu dans le chapitre historique.s

Au vu de ce brouillage manifeste entre privé et public, il est intéressant de se demander si la définition actuelle du musée reste pertinente : la frontière entre pratiques et caractéristiques marchandes d'un côté et muséales de l'autre s'estompe parfois fortement. Pourtant, l'institution muséale garde quelques spécificités (Doyen, 2019) : son lien fort avec les autres institutions publiques – universités, écoles, recherche académique, etc. – que les maisons de ventes ou les galeries ne développent encore pas totalement ; un caractère permanent et un ancrage fort dans les sociétés et la vie sociale des lieux où ils sont implantés. Ces éléments sont d'ailleurs ceux qui sont le plus souvent mis en avant dans la définition officielle du musée fournie par l'ICOM, et sur laquelle aussi bien les professionnels que les spécialistes ne souhaitent pas revenir, comme en a témoigné le récent colloque qui s'est tenu à ce sujet en 2017 à Paris ainsi que les débats sur la définition du musée qui agitent l'ICOM depuis 2017⁴⁷⁰.

Ces brouillages illustrent aussi les modalités de renégociations perpétuelles de ces frontières : déplacées, effacées, franchies, ces dernières ne sont pas essentielles, mais ajustées en fonction des contextes politiques, sociaux et économiques. Cependant, la frontière entre marchés et musées, bien que brouillée dans les pratiques, n'est jamais remise en cause formellement et strictement ; seules le sont les positions de certains acteurs par rapport à cette frontière, sa signification, sa force ou sa place. Pourtant, si différents paradigmes de considération et de traitement des objets existent, ils se situent cependant tous sur la carte d'une intersubjectivité

⁴⁷⁰ Colloque international *Définir le musée du xx^e siècle*, 9-11 juin 2017, Paris.

partagée qui permet de fixer les critères de base de valeur des objets. Malgré la construction de cette intersubjectivité, malgré ces brouillages apparents, malgré ces collaborations soutenues et ces rôles parfois difficilement identifiables, nous n'avons fait que relever l'emploi de catégories parfois strictement définies par les acteurs interrogés et observés, et avons donc tenté de comprendre ce fossé entre pratiques et discours.

Rationaliser et justifier les critères de valeur

Si cette dualité entre musées et marchands n'existe pas dans les représentations véhiculées sur les objets ethnographiques, il pourrait être tentant de conclure qu'elle existe dans les valeurs attribuées aux objets et ainsi justifier les discours catégorisant les acteurs : une valeur financière pour les marchés d'un côté, et une valeur patrimoniale pour les musées de l'autre. Le chapitre 4 nous a cependant montré comment ces deux valeurs se croisent et se construisent conjointement : les objets ne sont pas exclus des circuits économiques une fois entrés au musée puisque nous avons vu qu'ils étaient toujours évalués financièrement (avec des valeurs d'assurance, par exemple : même « sans prix », l'objet possède une valeur économique au sein de l'institution muséale et il est situé sur une échelle de valeurs financière autant que symbolique ou patrimoniale). De l'autre côté, bien que d'importants enjeux financiers existent sur les marchés et que ceux-ci puissent être prédominants pour certains acteurs, les marchés participent pleinement à la construction de la valeur patrimoniale des objets ethnographiques : historiquement, tout d'abord, en ayant fondé dès les années 1930 un canon d'objets dignes d'être considérés, mais aujourd'hui encore, par la documentation des objets (quels que soient les objectifs de cette documentation), en les hiérarchisant, en fixant certains critères de valeur repris ensuite dans les musées, comme le pedigree. Pourquoi alors continuer d'entretenir ces catégories ?

La deuxième conclusion la plus importante de ce travail concerne donc l'objectif de la catégorisation des acteurs au sein du champ : celle-ci est nécessaire à la construction d'un cadre de connaissances fixant les critères de valeur des objets ethnographiques. Nous avons vu aux chapitres 3 et 4 comment ces critères étaient fixés et quelles étaient les spécificités du champ par rapport aux autres catégories artistiques : le passé colonial, l'absence de signature sur les objets, la naissance du marché et l'entrée des objets dans les musées, toutes deux relativement récentes, les risques

de trafic illicite et le poids que les restitutions d'objets peuvent faire peser sur le champ, mais surtout le caractère incertain de ce champ. Les biens appartenant en effet à un marché en « voie de légitimation », les acteurs développent différentes stratégies de fixation des critères de valeur premièrement, puis de rationalisation de ces critères dans un second temps.

Ces pratiques ne sont pas spécifiques au champ de l'objet ethnographique et au marché de l'art africain et océanien ; le processus de valuation est propre, dans les sociétés marchandes, aux situations qui posent question et qui relèvent d'une forme d'incertitude (Dewey, 1939).

La valeur des objets est alors le résultat d'un processus permanent de négociations entre les différents acteurs, tous n'ayant pas forcément le même poids dans ce processus. Comme l'avaient relevé Callon et Vatin (2013) :

« La qualification des biens est un processus, le résultat, toujours provisoire, d'un travail collectif, fortement instrumenté et qui est traversé par de nombreux conflits. [...] S'affrontent et s'éprouvent des définitions contradictoires des biens et de leur qualification. Ces affrontements se résolvent dans des compromis qui prennent forme de transactions donnant lieu à des paiements monétaires. »

Le travail de *valuation* des objets a alors pour caractéristique d'être structuré par une multiplicité d'acteurs, et de ne pas être circonscrit au seul moment de l'échange du bien : il est préparé en amont, s'étend en aval, se répète, s'annule, se remodèle et est soumis à des dispositifs de mesure qui diffèrent d'une situation à une autre, d'un acteur à un autre. Tous les acteurs peuvent ainsi être impliqués à un moment ou à un autre dans ce processus de valuation, sans pour autant être directement impliqués dans l'échange. Ainsi, les institutions muséales, même considérées comme en dehors de toute forme d'échange marchand, ne peuvent être extraites de ce processus de valuation. C'est pourquoi, dans la lignée des *valuation studies*, je me suis intéressée, au chapitre 5, aux situations de valuation et aux structures et infrastructures mises en place par les acteurs pour remédier à ces états de questionnements et d'incertitude.

La stratégie la plus importante que nous avons identifiée pour renforcer le cadre de valuation des objets ethnographiques est très certainement le parallèle effectué avec les autres champs artistiques : l'art moderne pour justifier les jugements portés sur les caractéristiques des objets, et l'art contemporain pour justifier des fonctionnements du champ, notamment sur les marchés. Un des parallèles le plus fort relevé avec l'art contemporain est

la prééminence des discours portés autour des objets et sur eux ; après une centralité de l'œil, le champ a vu se développer une centralité de l'oreille.

Ainsi, au centre du processus d'évaluation et de valorisation des objets se trouvent *les mots* : ce qui compte avant tout, c'est moins la matérialité de l'objet que sa polysémie et les « prises » qu'il peut offrir, c'est-à-dire les éléments saillants ou les failles qui permettent au regardeur d'en parler, d'entrer en interaction avec l'objet et d'élaborer un discours à son sujet. L'œuvre importante est moins l'objet que l'objet accompagné de sa médiation (discours, explications, etc.), non la matérialité seule, mais l'ensemble des opérations qui mènent à ce que l'objet se retrouve dans cette situation : être regardé, là, à cet endroit, par cette personne.

Ces stratégies discursives peuvent prendre différentes formes, l'exposition étant une des plus importantes. Il est intéressant de noter par ailleurs que ces stratégies discursives existent malgré de nombreux appels, justement, à dépouiller les objets de tout commentaire : le commentaire est là, différemment exprimé, par des scénographies, des éclairages, des textes, etc. Il sert à créer et à fixer les critères de valeur, autant qu'à les diffuser et à convaincre – et se convaincre – qu'ils sont pertinents et cohérents. Ces stratégies discursives forcent les acteurs, notamment des marchés, à documenter les objets et à étendre leurs connaissances à leur sujet – peu importe le type de connaissance – et à mettre en valeur ces connaissances. L'économie des objets se double donc d'une économie de la connaissance, entendue comme les discours possibles sur l'objet, qui parfois même remplace les échanges matériels. L'importance de l'information prend ainsi une telle importance qu'elle supprime parfois la matérialité de l'objet ; les musées deviennent alors davantage des conservatoires d'informations que des gardiens d'objets.

La construction d'un récit sur l'Autre

Les objets concernés, étudiés dans la zone géographique et la limite temporelle définie pour cette recherche, mettent en lumière les processus de qualification, déqualification et requalification que tous les objets subissent au cours de leur parcours, particulièrement dans les collections privées ou publiques. L'objet ethnographique doit être Autre : mais quand et comment ? Et par rapport à qui ou à quoi ? C'est ce que ce travail a mis en évidence en montrant comment les marchés et les musées sont

inextricablement liés : soumis à des mouvements d'« import-export » dans ou hors de ces catégories, les objets ethnographiques sont au centre de négociations à l'œuvre entre les institutions muséales et les marchés. Plus encore, ils sont les témoins des mutations en cours dans les institutions muséales autant que des débats autour des paradigmes muséaux et du rôle et de la place des musées d'ethnographie dans nos sociétés aujourd'hui. En effet, si dans les années 1990, des prévisions funestes annonçaient la fin des musées d'ethnographie, ces dernières ne se sont pas réalisées : les musées d'ethnographie se sont réinventés et recombinaient pour donner de nouveaux sens et de nouvelles valeurs aux objets présents dans les collections – via des expositions multiculturelles, décoloniales, etc. (Van Geert, 2020). Ils ont mis en place des rhétoriques de l'échange et de la réparation, s'inscrivant dans des contextes politiques inventant de nouveaux discours sur l'altérité. Liés tout autant à l'essor du néo-libéralisme qu'aux problématiques migratoires et aux expressions de conceptions citoyennes, ces nouveaux discours réinventent le récit sur l'Autre, tout en l'inscrivant dans une histoire acceptée et acceptable :

« Pour re-imaginer la géographie de notre monde, nous avons besoin de nouvelles cartes. Et un besoin tout aussi pressant de nouvelles histoires. [...] Pour aider le monde à se comprendre autrement, ces nouvelles histoires doivent être diffusées et divulguées bien au-delà de l'université : dans le domaine public, dans les rues et sur les monuments, dans les musées et les écoles. [...] Repenser notre histoire dans la sphère publique dépend, en fin de compte, de décisions politiques, et la principale question qui se pose est généralement celle-ci : comment une société, un État, une communauté se comprend-elle, s' imagine-t-elle ? » (McGregor, 2021 : 26)

Cette nouvelle histoire – comme les musées d'ethnographie qui l'écrivent et la diffusent – ne relève pas d'un même schéma et d'un même projet scientifique. Nous avons vu comme la collection, qu'elle soit muséale ou non, procède forcément d'une appropriation donnée du monde. Ainsi, ce récit sur l'Autre – à la fois en amont et en aval de la valuation des objets – ne présente pas la diversité des cultures du monde, mais un regard que les uns posent, à un moment donné, sur les autres.

Bibliographie

- ABELÈS Marc, «Pour une anthropologie des institutions», *L'Homme* 135, 1995, pp. 65-85.
- AGAMBEN Giorgio, *Qu'est-ce qu'un dispositif?*, Paris, Payot & Rivages, 2007, 49 p.
- ALPERS Svetlana, «The museum as a way of seeing», in: KARP Ivan, LAVINE Steven (eds.), *Exhibiting cultures: the poetics and politics of museum display*, Washington, Smithsonian Institution, 1991, pp. 25-32.
- ALTSHULER Bruce, *Salon to Biennial: exhibitions that made art history*, London, Phaidon, 2008, 410 p.
- AMROUCHE Pierre, «Objets et collections d'art primitif: réflexion sur les variations du goût de 1890 à nos jours», *Anthropologie de l'art, formes et significations*, 1987-1988, pp. 44-49.
- ANNABI Chédli, BETU KUMETSU Marcel, CHIEZE Valérie, DIA Oumou et al., *Manuel des normes, documentation des collections africaines*, Paris, Conseil international des musées-ICOM, 1996, 65 p.
- ANONYME, «First Words», *African Arts*, 1970, pp. 1-2.
- APPADURAI Arjun, KOPYTOFF Igor, *The social life of things: commodities in cultural perspective*. Cambridge, Cambridge University Press, 2014 [1986], 329 p.
- ARCHER-STRAW Pétrine, *Negrophilia: avant-garde Paris and black culture in the 1920s*, London, Thames and Hudson, 2000, 200 p.
- ARTKHADE, *Rapport sur le marché de l'art africain et océanien, 2000-2015*, Paris, Arkhade, Art Media Agency, 2016.

- BAEKE Viviane, «Les masques des sociétés secrètes et le roi masqué : masque *akam* ou *kam* du Royaume de Kom», in : SCHOFFEL Serge (éd.), *Art en Premier*, Bruxelles, Serge Schoffel Art Premier, 2016a, 82 p.
- BAEKE Viviane, «Le carrousel des âmes : figure *nkishi* Songye», in : SCHOFFEL Serge (éd.), *Art en Premier*, Bruxelles, Serge Schoffel Art Premier, 2016b, 82 p.
- BAEKE Viviane, «Les supports sculptés de la pensée Lobi», in : SCHOFFEL Serge (ed.) *Whispering Woods: The great Lobi Statuary*, Bruxelles, Serge Schoffel Art Premier, 2016c, 74 p.
- BAL Mieke, «Telling objects: a narrative perspective on collecting», in : ELSNER John, CARDINAL Roger (eds.), *The culture of collecting*, London, Reaktion Books, 1994, pp. 97-115.
- BARTHES Roland, «La mort de l'auteur», in : BARTHES Roland, *Le bruissement de la langue : essais critiques*, Paris, Le Seuil, 1984, pp. 63-69.
- BASSANI Ezio, *Ivoires d'Afrique dans les anciennes collections françaises*, Paris, Actes Sud, 2008, 112 p.
- BASTIDE Roger, *Art et société*, Paris, Payot, 1977, 211 p.
- BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, Paris, Gallimard, 1968, 288 p.
- BAUMOL William, BOWEN William, *Performing arts: the economic dilemma : a study of problems common to theater, opera, music and dance*, New York, The Twentieth century fund, 1966, 582 p.
- BAWIN Julie, *L'artiste commissaire : entre posture critique, jeu créatif et valeur ajoutée*, Paris, Archives contemporaines, 2014, 293 p.
- BAXANDALL Michael, «Exhibiting intention: some preconditions of the visual display of culturally purposeful objects», in : KARP Ivan, LAVINE Steven (eds.), *Exhibiting cultures: the poetics and politics of museum display*, Washington, Smithsonian Institution, 1991, pp. 33-41.
- BAZIN Jean, *Des clous dans la Joconde : l'anthropologie autrement*, Toulouse, Anacharsis, 2008, 599 p.
- BECK Ulrich, *La société du risque : sur la voie d'une autre modernité*, Paris, Flammarion, 2001 [1986]. 521 p.
- BECKER Howard Saul, *Les ficelles du métier : comment conduire sa recherche en sciences sociales*, Paris, La Découverte, 2002, 352 p.
- BECKER Howard Saul, MENGER Pierre-Michel, BOUNIORT Jeanne, *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988, 379 p.

- BECKERT Jens (éd.), *The worth of goods: valuation and pricing in the economy*, Oxford, OUP, 2011, 360 p.
- BELTING Hans, *Pour une anthropologie des images*, Paris, Gallimard, 2004, 351 p.
- BENHAMOU Françoise, «L'économie des musées d'art: un état de la question», *Culture et musées* 2, 2003, pp. 35-52.
- BENHAMOU Françoise, *L'économie de la culture*, Paris, La Découverte, 2011, 126 p.
- BENNETT Tony, «The Exhibitionary Complex», *New formations*, 1988, pp. 73-102.
- BENTHALL Jonathan. «Ethnographic Museums and the Art Market», *Anthropology today* 3(3), 1987, pp. 9-13.
- BERNARD Carmen, «Aimer Branly?», *Le Débat: le moment du quai Branly*, 2007, pp. 164-168.
- BERNSTEIN Leonard, *The unanswered question: six talks at Harvard*, Cambridge, Harvard University Press, 1976, 428 p.
- BEUSCART Jean-Samuel, PEERBAYE Ashveen, «Histoire des dispositifs», *Terrains et travaux* 2(11), 2006, pp. 3-15.
- BLANCKAERT Claude, *Le musée de l'Homme: histoire d'un musée laboratoire*, Paris, Artlys, 2015, 287 p.
- BOAS Franz, *Primitive art*, New York, Dover, 1955, 372 p.
- BOIX MANSILLA Veronica, «Interdisciplinary work at the frontier: an empirical examination of experts interdisciplinarity», *Issues in integrative studies* 24, 2006, pp. 1-31.
- BOLTANSKI Luc, ESQUERRE Arnaud, «La "collection", une forme neuve du capitalisme. La mise en valeur économique du passé et ses effets», *Les Temps modernes* 679, 2014, pp. 5-72.
- BONNAIN-DULON Rolande, «Enchères et émotions», *Ethnologie française* 31, 2001, pp. 511-526.
- BONNAIN-DULON Rolande, *L'empire des masques*, Paris, Stock, 2001, 422 p.
- BONNAIN-DULON Rolande, «Art primitif: prix du désir, prix de l'objet», *Ethnologie française* 35, 2005, pp. 401-409.
- BONNAIN-DULON Rolande, «"Authenticité" et faux dans les arts premiers», in: BÉAUR Gérard, BONIN Hubert, LEMERCIER Claire (éd.), *Fraude*,

- contrefaçon et contrebande de l'Antiquité à nos jours*, Genève, Librairie Droz, 2013, pp. 183-197.
- BONNOT Thierry, *L'attachement aux choses*, Paris, CNRS Éditions, 2014, 239 p.
- BORIE Monique, «L'acteur Grotowskien : médiateur et héros culturel», in : FRET Jaroslaw (éd.), *L'anthropologie théâtrale selon Jerzy Grotowski*, Paris, Éditions de l'Amandier, 2013, pp. 293-301.
- BOURDIEU Pierre, *La distinction : critique sociale du jugement*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1979, 670 p.
- BOURDIEU Pierre, «Mais qui a créé les créateurs?», in : BOURDIEU Pierre (éd.), *Questions de sociologie*, 1980, Paris, Éditions de Minuit, pp. 207-221.
- BOURDIEU Pierre, «L'objectivation participante», *Actes de la recherche en sciences sociales* 150, 2003, pp. 43-58.
- BOURDIEU Pierre, DARBEL Alain, *L'amour de l'art : les musées d'art européens et leur public*, Paris : Les Éditions de Minuit, 2001 [1969], 251 p.
- BOURSIQUOT Fabienne, «Musées et anthropologie, chronique d'une séparation», *Anthropologie et sociétés*, 2014, pp. 309-323
- BOYER Alain-Michel, *Les Arts d'Afrique*, Paris, Hazan, 2009, 383 p.
- BROWN Karen, «EU-LAC-Museums: museums and community: concepts, experiences and sustainability in Europe, Latin America and the Caribbean», in: RIVA Raffaella (ed.), *Ecomuseums and Cultural Landscapes. State of the art and future prospects*, 2018, Santarcangelo di Romagna, Maggioli Editore, pp. 364-365.
- BURTON John, «Representing Africa: colonial anthropology revisited», *Journal of Asian and African studies* 27, 1992, pp. 181-201.
- CALLON Michel, «Éléments pour une sociologie de la traduction: la domestication des coquilles Saint-Jacques et des marins pêcheurs dans la baie de Saint-Brieux», *L'Année sociologique* 36, 1986, pp. 169-208.
- CALLON Michel, *L'emprise des marchés : comprendre leur fonctionnement pour pouvoir les changer*, 2017, Paris, La Découverte, 501 p.
- CALTAGIRONE Benedetto, «Le séjour en Éthiopie de la mission Dakar-Djibouti», *Gradhiva* 5, 1988, pp. 3-11.
- CAMERON Duncan, «A viewpoint: the museum as a communication system and implications for museum education», *Curator* 11(1), 1968, pp. 33-40.

- CANDELA Guido, CASTELLANI Massimiliano, PATTITONI Pierpaolo, «Tribal art market: signs and signals», *Journal of cultural economics* 36(4), 2012, pp. 289-308.
- CARPENTER Edmund, *In the middle: the Eskimos today*, Boston, David Godine, 1983.
- CASTELNUOVO Enriquo, «L'histoire sociale de l'art: un bilan provisoire», *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1976, pp. 63-75.
- CAZAUMAYOU Sophie, *Objets d'Océanie: regard sur le marché de l'art primitif en France*. Paris, L'Harmattan, 2009, 275 p.
- CHAPOULIE Jean-Michel, «Sur l'analyse sociologique des groupes professionnels», *Revue française de sociologie* 14(1), 1973, pp. 86-114.
- CHARLIER Philippe, HUGUES Peeters, «Contribution à une théorie du dispositif», *Hermès*, 1999, pp. 15-23.
- CHASLIN François, «L'arche de Nouvel et les mythes du cargo», *Le Débat: le moment du quai Branly*, 2007, pp. 40-56.
- CHAUMIER Serge, *Traité d'expologie: les écritures de l'exposition*, Paris, La Documentation française, 2012, 112 p.
- CHOAY Françoise, «Un nouveau Luna Park était-il nécessaire?», *Le Débat: le moment du quai Branly*, 2007, pp. 57-64.
- CHOMSKY Noam, *Le langage et la pensée*, Paris, Payot, 2009, 325 p.
- CHUBIN Daryl, PORTER Alan, ROSSINI Frederik et al., *Interdisciplinarity analysis and research*, Lomond, Mt. Airy, 1986, 482 p.
- CLAERHOUT Adriaan, «Discussion of a problem posed by Adriaan G. H. Claerhout: the concept of primitive applied to art», *Current Anthropology* 6(4), 1965, pp. 432-438.
- CLEMENT-FONTAINE Mélanie, CHARLIER Philippe, BOULGE-LE-ROUX Claire et al., *Les restitutions des collections muséales: aspects politiques et juridiques*, Paris, Eyrolles, 2022, 410 p.
- CLERC Philippe, «Christie's et Sotheby's en Suisse», in: GUEX Sébastien, JACCARD Paul-André (éd.), *Le marché de l'art en Suisse du XIX^e siècle à nos jours*, Lausanne & Zurich, SIK ISEA, 2011, pp. 177-192.
- CLIFFORD James, *Malaise dans la culture*, Paris, École nationale supérieure des Beaux-Arts, 1996, 389 p.
- CLIFFORD James, «Le quai Branly en construction», *Le Débat: le moment du quai Branly*, 2007, pp. 29-39.

- COLARDELLE Michel, *Réinventer un musée: le Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée à Marseille*, Paris, Réunion des musées nationaux, 2002, 192 p.
- COLLECTIF (FRANCE, DÉLÉGATION AUX ARTS PLASTIQUES), *Le livre des expositions universelles: 1851-1989*, Paris, Éditions des Arts décoratifs, 1983, 352 p.
- COLLECTIF, «Au-delà du syncrétisme: le bricolage en débat», *Social Compass* 52(3) et 52(4), 2005.
- COMITÉ FRANÇAIS DES EXPOSITIONS et COMITÉ NATIONAL DES EXPOSITIONS COLONIALES, *Cinquantenaire: 1885-1935*, Asnières, SIMAG, 1937.
- CONNELLY Frances, *The sleep of reason: primitivism in modern European art and aesthetics 1725-1907*, University Park Pa., University of Pennsylvania Press, 1995, 154 p.
- CONSEIL DES VENTES VOLONTAIRES, *Rapport d'activités 2016*, Paris, La Documentation française, 2017, 255 p.
- CONSEIL INTERNATIONAL DES MUSÉES – ICOM, «Pillage en Afrique», *Cent objets disparus*, Paris, ICOM, vol. 2, 1994, 143 p.
- CORBET Raymond, «African Art in Brussels», *Anthropology Today* 15(16), 1999, pp. 11-16.
- CORBET Raymond, *Tribal art traffic: a chronicle of taste, trade and desire in colonial and post-colonial times*, Amsterdam, Royal Tropical Institute, 2000, 255 p.
- CORM Georges, *L'Europe et le mythe de l'Occident: la construction d'une histoire*, Paris, La Découverte, 2009, 320 p.
- COUTTENIER Marteen, *Congo tentoongesteld. Een geschiedenis van de Belgische antropologie en het museum van Tervuren*, Bruxelles, Acco & MRAC, 2005, 445 p.
- COUTTENIER Marteen, «One speaks softly, like in a sacred place: collecting, studying and exhibiting Congolose artefacts as african art in Belgium», *Journal of art historiography* 12, 2015, pp. 1-40.
- CROMBOIS Jean-François, «Le Congo et l'ethnographie: colonialisme, sociologie et ethnologie en Belgique avant 1914», *Civilisations* 45(1/2), 1997, pp. 55-84.
- DAGEN Philippe, *Le peintre, le poète, le sauvage: les voies du primitivisme dans l'art français*, Paris, Flammarion, 1998, 285 p.

- DAIX Pierre, *Pour une histoire culturelle de l'art moderne: le xx^e siècle*, Paris, Odile Jacob, 1998, 385 p.
- DARBY Michael, KARNI Edi, «Free competition and the optimal amount of fraud», *The Journal of Law and Economics* 16(1), 1973, pp. 67-88.
- DAVALLON Jean, *Claquemurer, pour ainsi dire, tout l'univers: la mise en exposition*, Paris, Expo Média, 1986, 302 p.
- DAVALLON Jean, «L'évolution du rôle des musées», *La Lettre de l'OCIM* 49, 1997, pp. 4-8.
- DAVALLON Jean, *L'exposition à l'œuvre*, Paris, L'Harmattan, 1999, 378 p.
- DAVALLON Jean, «Les objets ethnologiques peuvent-ils devenir des objets de patrimoine?», in: GONSETH Marc-Olivier, HAINARD Jacques, KAEHR Roland (éd.), *Le Musée cannibale*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie, 2002, pp. 169-187.
- DEBAENE Vincent, «Étudier des états de conscience: la réinvention du terrain par l'ethnologie», *L'Homme* 179, 2006, pp. 7-62.
- DEBARY Octave, ROUSTAN Mélanie, *Voyage au musée du quai Branly*, Paris, La Documentation française, 2012, 71 p.
- DELACHAUX Théodore, Rapport à la Commission du Musée ethnographique, Archives non publiées du Musée d'ethnographie de Neuchâtel, MEN Angola 1, 1931.
- DELACHAUX, Théodore, Conférence préparatoire pour la 2^e mission scientifique suisse en Angola 1932-1933, Neuchâtel (Archives MEN 1931), manuscrit non publié.
- DELACHAUX Théodore, Rapport à la Commission du Musée ethnographique, Archives non publiées du Musée d'ethnographie de Neuchâtel, MEN Angola 1, 1935.
- DELOCHE Bernard, *Museologica: contradictions et logique du musée*, Lyon, Institut interdisciplinaire d'études épistémologiques, 1985, 202 p.
- DELOCHE Bernard, «Pour une muséologie contractuelle», *Icofom Study Series* 43a, 2015, pp. 83-94.
- DELPUECH André, «Un marché de l'art précolombien en plein questionnement», *Les nouvelles de l'archéologie* 144, 2016, pp. 43-50.
- DÉOTTE Jean-Louis, «Le musée n'est pas un dispositif», *Cahiers philosophiques* 124, 2011, pp. 9-22.
- DÉOTTE Jean-Louis, HUYGHE Pierre-Damien, *Le jeu de l'exposition*, Paris, L'Harmattan, 1998, 249 p.

- DERLON Brigitte, JEUDY-BALLINI MONIQUE, *La passion de l'art primitif: enquête sur les collectionneurs d'art premier*, Paris, Gallimard, 2008, 322 p.
- DERLON Brigitte, JEUDY-BALLINI Monique, «L'art d'Alfred Gell: de quelques raisons d'un désenchantement», *L'Homme* 193, 2010, pp. 167-184.
- DERLON Brigitte, JEUDY-BALLINI Monique, *L'art en transfert*, Paris, L'Herne, 2015, 159 p.
- DESCOLA Philippe, «Passage de témoins», *Le Débat: le moment du quai Branly*, 2007, pp. 136-153.
- DESCOLA Philippe, «L'envers du visible: ontologie et iconologie», in: DUFRÈNE Thierry, TAYLOR Anne-Christine (éd.), *Cannibalismes disciplinaires: quand l'histoire de l'art et l'anthropologie se rencontrent*, Paris, INHA & musée du quai Branly, 2009, pp. 25-36.
- DESCOLA Philippe, KIRSCH Marc, «Claude Lévi-Strauss vu par Philippe Descola», *La Lettre du Collège de France*, Hors-série 2, 2008, pp. 29-33.
- DESVALLÉES André, «L'anthropologie donnée à voir... et à comprendre», *Bulletin de l'Association française des anthropologues* 39, 1990, pp. 11-25.
- DESVALLÉES André, «Exposer», *Culture & Musées* 14, 1998, pp. 125-153.
- DESVALLÉES André, *Quai Branly: un miroir aux alouettes? À propos d'ethnographie et d'arts premiers*, Paris, L'Harmattan, 2007, 196 p.
- DESVALLÉES André, MAIRESSE François, «Sur la muséologie», *Culture et musées* 6, 2005, pp. 131-155.
- DEWEY John, «Theory of valuation», *International encyclopedia of unified science* 2(4), 1939, pp. 1-67.
- DIAS Nélia, «Série de crânes et armées de squelettes: les collections anthropologiques en France dans la seconde moitié du XIX^e siècle», *Bulletins et mémoires de la Société d'anthropologie de Paris* 3-4, 1989, pp. 203-230.
- DIAS Nélia, *Le musée d'ethnographie du Trocadéro (1878-1908): anthropologie et muséologie en France*, Paris, Éditions du CNRS, 1991, 310 p.
- DIERMEN, Lukas van, *The Boundary-Making Approach as an Analytical Lens: a Literature Review*, bibliographie non publiée du cours Conflict Studies and Human Rights course in Utrecht, the Netherlands, 2017, 8 pages.

- DOYEN Audrey, *Les relations entre le musée d'ethnographie de Genève et ses marchands de 1900 à 1950*, mémoire de master réalisé sous la direction du professeur Pascal Griener, Université de Neuchâtel, 2012.
- DOYEN Audrey, «L'objet ethnographique entre marchés et musées: cartographie de quelques enjeux». *Icofom Study Series* 43a, 2015, pp. 95-106.
- DOYEN Audrey, «Les mises en scène de l'objet ethnographique: lieu du politique?», in: COLLECTIF DAEM (éd.), *Arts et médias: lieux du politique?*, Paris, L'Harmattan, 2017, pp. 47-54.
- DOYEN Audrey, REUBI Serge, «Les réseaux de donateurs et de marchands des musées ethnographiques suisses dans les processus d'acquisition: définir le savant et construire la ville», in: BRAIT Andrea, FRÜH Anja (éd.), *Lieux des négociations politiques de l'histoire: l'évolution des musées d'ethnographie et d'histoire*, Bâle, Schwabe & Société suisse d'histoire, 2017, pp. 91-107.
- DOYEN Audrey, «La relation du musée au marché de l'art: panorama d'une tendance», in: LE MAREC Joëlle, LUCKERHOFF Jason, SCHIELE Bernard, *Musées en mutations*, Paris, OCIM, 2019.
- DROUGUET Noémie, GOB André, *La muséologie: histoire, développements, enjeux actuels*, Paris, Armand Colin, 2010, 317 p.
- DUBUC Élise, «Le futur antérieur du musée de l'Homme», *Gradhiva* 24, 1998, pp. 71-92.
- DUBUC Élise, «Entre l'art et l'autre: l'émergence du sujet», in: GONSETH Marc-Olivier, HAINARD Jacques, KAEHR Roland (éd.), *Le Musée cannibale*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie, 2002, pp. 31-58.
- DUNCAN Carol, «Art museums and the ritual of citizenship», in: KARP Ivan, LAVINE Steven (éd.), *Exhibiting cultures: the poetics and politics of museum display*, Washington, Smithsonian Books, 1991.
- DUNCAN Carol, WALLACH Alan, «The Museum of modern art as late capitalist ritual: an iconographic analysis», *Marxist perspectives* 4, pp. 28-51.
- DUNCAN Carol, WALLACH Alan, «The universal survey museum», *Art History* 3, 1980, pp. 448-469.
- DUPAIGNE Bernard, *Le scandale des arts premiers: la véritable histoire du nouveau Musée du quai Branly*, Paris, Mille et une nuits, 2006, 262 p.
- DUPUIS Annie, «À propos de souvenirs inédits de Denise Paulme et Michel Leiris sur la création du musée de l'Homme en 1936», *Cahiers d'études africaines* 155-156, 1999, pp. 511-538.

- DUPUY Jean-Pierre, EYMAR-DUVERNAY François, FAVEREAU Olivier et al., «L'économie des conventions : introduction», *Revue économique* 40(2), 1989, pp. 141-145.
- DURET-ROBERT François, «Fictions de l'authenticité : réalités de l'expertise», *Connaissance des arts*, 1975, pp. 106-138.
- DUVIGNAUD Jean, *Sociologie du théâtre : essai sur les ombres collectives*, Paris, Presses universitaires de France, 1965, 588 p.
- EMIRBAYER Mustafa, MISCHE Ann, «What is agency?», *American journal of sociology* 103(4), 1998, pp. 962-1023.
- ESPAGNE Michel, *L'histoire de l'art comme transfert culturel : l'itinéraire d'Anton Springer*, Paris, Belin, 2009, 303 p.
- ESPAGNE Michel, WERNER Michael, «La construction d'une référence culturelle allemande en France : genèse et histoire (1750-1914)», *Annales ESC*, 1987, pp. 969-992.
- ESTIVALET Lucille, «La réception de l'art tribal dans les années vingt en France», in: DUPONT Valérie (éd.), *Tribus contemporaines : explorations exotiques des artistes d'Occident*, Dijon, Éditions universitaires de Dijon, 2002, pp. 86-97.
- ESTOILE Benoît de l', «L'oubli de l'héritage colonial», *Le Débat: le moment du quai Branly*, 2007a, pp. 91-99.
- ESTOILE Benoît de l', *Le goût des autres : de l'exposition coloniale aux arts premiers*, Paris, Flammarion, 2007b, 453 p.
- EVANS-PRITCHARD Edward, *Witchcraft: oracles and magic among the Azande*, Oxford, Clarendon Press, 1958 [1937], 558 p.
- EZRATI Jean-Jacques, MERLEAU-PONTY Claire, *L'exposition : théorique et pratique*, Paris, L'Harmattan, 2005, 204 p.
- FABIAN Johannes, *Time and the Other: how anthropology makes its objects*, New York, Columbia University Press, 1983, 205 p.
- FAITH Nicholas, *Sold: the revolution in the art market*, London, Hamish Hamilton, 1991, 256 p.
- FALK John, «Expérience de visite, identités et self-aspects», *La Lettre de l'OCIM* 141, 2012, pp. 5-14.
- FELDSTEIN Martin (ed.). 1991. *The Economic of art museums*, Chicago, the University of Chicago Press, 374 p.
- FÉNÉON Félix, *Iron-ils au Louvre? Enquête sur des arts lointains*, Toulouse, Toguna, 2000 [1920], 23 p.

- FÉNÉON Félix, HALPERIN Joan, *Œuvres plus que complètes*, Genève, Droz, 1970, 1087 p.
- FINDLEN Paula, *Possessing nature: museums, collecting, and scientific culture in early modern Italy*, Berkeley, University of California Press, 1994, 449 p.
- FOCILLON Henri, *La Vie des Formes*, Paris, Presses universitaires de France, 2000 [1943], 131 p.
- FOSSEY Estelle, *Paris 21^e siècle, capitale du monde des arts d'Afrique noire: le rôle de la scène artistique parisienne dans la construction de la valeur des Arts d'Afrique noire*, thèse de doctorat soutenue le 7 décembre 2011, sous la direction de Bruno Péquignot, Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3, 1037 p.
- FOUCAULT Michel, *Dits et écrits: 1954-1988*, Paris, Gallimard, 1998, 834 p.
- FRANCASTEL Pierre, *Art et technique au XIX^e et XX^e siècles*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1956, 307 p.
- FRANCASTEL Pierre, «Esthétique et ethnologie», in: POIRIER Jean (éd.), *Ethnologie générale*, Paris, Gallimard, 1968, pp. 1706-1729.
- FRANCASTEL Pierre, *Études de sociologie de l'art*, Paris, Denoël-Gonthier, 1970, 252 p.
- FRANK Robert, «Positional externalities», in: ZECKHAUSER Richard (ed.), *Strategy and choice: essays in honour of Thomas C.*, Cambridge, MIT Press, 1991, pp. 25-47.
- GABUS Jean, *Les fresques de Hans Erni ou la part du peintre en ethnographie*, Neuchâtel, La Baconnière, 1955, 39 p.
- GABUS Jean, *L'objet témoin: les références d'une civilisation par l'objet*, Neuchâtel, Ides et Calendes, 1975, 330 p.
- GELL Alfred, *Art and agency: an anthropological theory*, Oxford, Clarendon press, 1998, 271 p.
- GEOFFROY-SCHNEITER Bérénice, *Arts premiers, mode d'emploi*, Paris, Flammarion, 2012, 254 p.
- GHASARIAN Christian, *De l'ethnographie à l'anthropologie réflexive: nouveaux terrains, nouvelles pratiques, nouveaux enjeux*, Paris, Armand Colin, 2006, 248 p.
- GINSBURGH, Victor, MAIRESSE François, «Dimensions of dialogue: art history and the discourse of economics», in: RAMPLEY Matthew,

- LENAIN Thierry, LOCHER Hubert (eds.), *Art History and Visual Studies in Europe*, Leiden & Boston, Brill, 2012, pp. 167-184.
- GLASER Barney, STRAUSS Anselm, *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*, New York, Aldine Publishers, 1967, 271 p.
- GLICENSTEIN Jérôme, *L'art, une histoire d'expositions*, Paris, Presses universitaires de France, 2009, 256 p.
- GLUCKMAN Max, «Analysis of a social situation in Modern Zululand. B. Social Change in Zululand», *Bantu Studies*, 1940, pp. 147-174.
- GOFFMAN Erving, *Les cadres de l'expérience*, Paris, Éditions de Minuit, 2009 [1974], 572 p.
- GONSETH Marc-Olivier, «L'illusion muséale», in: GONSETH Marc-Olivier, HAINARD Jacques, KAEHR Roland (éd.), *La grande illusion*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie, 2000, pp. 155-164.
- GONSETH Marc-Olivier, «Un atelier expographique», in: GONSETH Marc-Olivier, HAINARD Jacques, KAEHR Roland (éd.), *100 ans d'ethnographie sur la colline de Saint-Nicolas: 1904-2004*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie, 2005, pp. 375-394.
- GONSETH Marc-Olivier, HAINARD Jacques, KAEHR Roland, *Le Musée cannibale*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie de Neuchâtel, 2002, 295 p.
- GONSETH Marc-Olivier, HAINARD Jacques, KAEHR Roland, *100 ans d'ethnographie sur la colline de Saint-Nicolas: 1904-2004*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie, 2005, 644 p.
- GONSETH Marc-Olivier, LAVILLE Yann, MAYOR Grégoire, *Retour d'Angola*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie, 2012, 82 p.
- GOODMAN Nelson, «Quand y a-t-il art?», in: POPELARD Marie-Dominique (éd.), *Manières de faire le monde*, Paris, Jacqueline Chambon, 1977, pp. 89-90.
- GORGUS Nina, *Le Magicien des vitrines: le muséologue Georges-Henri Rivière*, Paris, Maison des Sciences de l'Homme, 2003, 416 p.
- GRAMPP William, *Pricing the priceless: art, artists and the economics*, New York, Basic Books, 1989, 290 p.
- GRAU Isabelle, *High Price: art between the market and celebrity culture*, Berlin, Sternberg Press, 2009, 244 p.
- GREFFE Xavier, SIMONNET Véronique, «La survie des entreprises culturelles: le rôle du regroupement géographique», *Recherches économiques de Louvain* 74, 2008, pp. 327-357.

- GREGOROVA Anna, «Museology – Science or just practical museum work?», *MuWop* 1, 1980, pp. 19-21.
- GRIAULE Marcel, *Les Saô légendaires*, Paris, Gallimard, 1943, 178 p.
- GRIAULE Marcel, «L'enquête orale en ethnologie», *Revue philosophique de France et de l'étranger* 142, 1952, pp. 537-553.
- GRIAULE Marcel, *La méthode de l'ethnographie*, Paris, Presses universitaires de France, 1957, 107 p.
- GRIENER Pascal, *La République de l'œil: l'expérience de l'art au siècle des Lumières*, Paris, Odile Jacob, 2010, 329 p.
- GRIENER Pascal, «Louée soit l'universalité! Musées au XXI^e siècle», *Critique*, 2014, pp. 485-493.
- GUEX Sébastien, «Le marché suisse de l'art 1886-2000: un survol en chiffres», *Traverse: revue d'histoire*, 2002, pp. 26-92.
- GUIART Jean, «Quel avenir pour l'ethnologie au musée de l'Homme?», *Objets et mondes: la revue du musée de l'Homme*, 1976, pp. 3-12.
- GUILBAUT Serge, *Comment New York vola l'idée d'art moderne: expressionnisme abstrait, liberté et guerre froide*, Paris, Hachette, 2006, 323 p.
- GUILHEM Julien, «Arts primitifs ou patrimoine culturel? Le musée du quai Branly en question», *Ethnologues comparées (revue électronique du cercle)*, 2000, pp. 1-16.
- GURVITCH George, «Sociologie du théâtre», *Lettres nouvelles*, 1956, pp. 196-210.
- HAINARD Jacques, «La tentation d'exposer», in: HAINARD Jacques, KAEHR Roland (éd.), *Temps perdu, temps retrouvé. Voir les choses du passé au présent*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie de Neuchâtel, 1985, pp. 153-166.
- HALL Margaret, *On display: a design grammar for museum exhibitions*, London, Lund Humphries, 1987, 256 p.
- HAMY Ernest Theodore, *Les origines du Musée d'Ethnographie: histoire et documents*, Paris, E. Leroux, 1890, 321 p.
- HARVEY David, *A brief history of neoliberalism*, Oxford, Oxford University press, 2005, 254 p.
- HATOUM Rainer, «La collection Boas au musée d'ethnologie de Berlin», in: ESPAGNE Michel, KALINOWSKI Isabelle (éd.), *Franz Boas: le travail du regard*, Paris, Armand Colin, 2013, pp. 135-154.

- HEGEL Georg Wilhelm, *Esthétique*, Paris, Librairie générale française, 1997 [1818-1819], 768 p.
- HEINICH Nathalie, *Ce que l'art fait à la sociologie*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1998, 90 p.
- HEINICH Nathalie, *La sociologie de l'art*, Paris, Éditions La Découverte, 2001, 122 p.
- HEINICH Nathalie, *La fabrique du patrimoine: de la cathédrale à la petite cuillère*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2009, 286 p.
- HEINICH Nathalie, «Dialogue posthume avec Alfred Gell», *Aisthesis*, 2012a, pp. 183-194.
- HEINICH Nathalie, «Les arts premiers», in: HEINICH Nathalie, SHAPIRO Roberta (éd.), *De l'artification: enquêtes sur les passages à l'art*, Paris, Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales, 2012b, pp. 261-266.
- HEINICH Nathalie, *Le paradigme de l'art contemporain: structures d'une révolution artistique*, Paris, Gallimard, 2014 a, 373 p.
- HEINICH Nathalie, *Des valeurs: une approche sociologique*, Paris, Gallimard, 2017, 405 p.
- HEINICH Nathalie, POLLAK Michael, *Vienne à Paris: portrait d'une exposition*, Paris: Centre Georges Pompidou, 1989, 189 p.
- HELBO André (et al., éd.), *Théâtre, modes d'approche*, Bruxelles, Labor; Paris, Méridiens Klincksieck, 1987, 270 p.
- HELGESSON Claes-Fredrik, MUNIESA Fabian, «For what it's worth: an introduction to valuation studies», *Valuation studies* 1, 2013, pp. 1-10.
- HÉNAFF Marcel, *Le prix de la vérité: le don, l'argent, la philosophie*, Paris, Éditions du Seuil, 2002, 551 p.
- HENNION Antoine, «Une sociologie des attachements: d'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur», *Sociétés*, 2004, pp. 9-24.
- HENNION Antoine, LATOUR Bruno, «Objet d'art, objet de science. Note sur les limites de l'anti-fétichisme», *Sociologie de l'art*, 1993, pp. 7-23.
- HERSHKHOVITCH Corinne, RYKNER Didier, *La restitution des œuvres d'art: solutions et impasses*, Paris, Hazan, 2011, 127 p.

- HERTZ Ellen, «Le matrimoine», in: GONSETH Marc-Olivier, HAINARD Jacques, KAEHR Roland (éd.), *Le musée cannibale*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie, 2002, pp. 153-168.
- HILL Toby, «The art market: unregulated, unscrupulous, and worth billions», *ARTLYST*, Nov. 12, 2012, <https://artlyst.com/news/the-art-market-unregulated-unscrupulous-and-worth-billions>.
- HIRSCHMAN, Elizabeth, «The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings and fun», *The Journal of consumer research* 9(2), 1982, pp. 132-140.
- HOLBROOK Morris, HIRSCHMAN Elizabeth, «The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings and fun», *The Journal of Consumer Research* 9(2), 1982, pp. 132-140.
- HOLLIER Denis, «La valeur d'usage de l'impossible, préface à la réimpression de Documents», *Documents*, Paris, Jean-Michel Place, 1991, pp. 7-33.
- HOOG Michel, HOOG Emmanuel, *Le Marché de l'art*, Paris, Presses universitaires de France, 1995, 127 p.
- HUGHES Everett, *The sociological eye: selected papers*, Chicago, Aldline, 1971, 584 p.
- HUGHES Philip, *Scénographie d'exposition*, Paris, Eyrolles, 2010, 224 p.
- HURLEY Cécilia, «Jalons pour une histoire du dispositif», *Culture et Musées* 16, 2011, pp. 207-218.
- HUTTER Michael, SHUSTERMAN Richard, «Value and the valuation of art in economic and aesthetic theory», in: THROSBY David, GINSBURGH Victor (eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Amsterdam, Elsevier-Noth Holland, 2006, pp. 169-208.
- INGOLD Tim, *Making: anthropology, archaeology, art and architecture*, Abingdon, Routledge, 2013, 163 p.
- MUSÉE DE L'HOMME, *Instructions sommaires pour les collecteurs d'objets ethnographiques*, Paris, musée du Trocadéro, 1931, 31 p. (Museum d'histoire naturelle).
- JACKNIS Ira, «Franz Boas and Exhibits: on the limitations of the Museum method of Anthropology», in: STOCKING George W. (ed.), *Objects and Others: Essays on museums and material culture*, Madison, University of Wisconsin Press, 1985, pp. 75-111.
- JACOBI Daniel, «Exposition temporaire et accélération», *La Lettre de l'OCIM* 149, 2013, pp. 27-39.

- JACOBI Daniel, «Muséologie et accélération», in: MAIRESSE François (éd.), *Nouvelles tendances de la muséologie*, Paris, La Documentation française, 2016, 234 p.
- JAMIN Jean, «Objets trouvés des paradis perdus : à propos de la mission Dakar-Djibouti», in: GONSETH Marc-Olivier, HAINARD Jacques, KAEHR Roland (éd.), *Collections passion*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie de Neuchâtel, 1982, pp. 69-100.
- JAMIN Jean, «L'Histoire de l'ethnologie est-elle une histoire comme les autres ?», *Revue de synthèse*, 1988, pp. 469-483.
- JAMIN Jean, «Le savant et le politique : Paul Rivet (1876-1958)», *Bulletins et mémoires de la Société d'anthropologie de Paris*, 1989, pp. 227-294.
- JAMIN Jean, «Faut-il brûler les musées d'ethnographie ?», *Gradhiva* 24, 1998, pp. 65-69.
- JARRASSÉ Dominique, «La qualification de l'objet. Leçon d'introduction au séminaire doctoral d'Histoire de l'art appliquée aux collections 2012-2013», *Cahiers de l'École du Louvre : recherches en histoire de l'art, histoire de civilisations, archéologie, anthropologie et muséologie* 2, 2013, en ligne depuis le 1^{er} mars 2013, disponible sur <http://journals.openedition.org/cel/524>.
- JEVONS William Stanley, *The theory of political economy*, London, MacMillan, 1888, 296 p.
- JOMARD Edme François, «Remarques sur le but et l'utilité d'une collection ethnographique et les moyens de la former», in: HAMY Ernest-Théodore (éd.), *Les origines du Musée d'ethnographie*, Paris, Jean-Michel Place, 1831, pp. 125-144.
- JOMARD Edme François, «Lettre à M. Ph-Fr. de Siebold sur les collections ethnographiques» in: HAMY Ernest-Théodore (éd.), *Les origines du Musée d'Ethnographie*, Paris, Jean-Michel Place, 1845, pp. 249-265.
- JONES Anna Laura, «Exploding canons: the anthropology of museums», *Annual Review of Anthropology*, 1993, pp. 201-220.
- JUNOD Philippe, «La perception esthétique comme variable historique», in: MOULIN Raymonde (éd.), *Sociologie de l'art : colloque international à Marseille, 13-14 juin 1985*, Paris, La Documentation française, 2005, pp. 279-288.
- KALINOWSKI Isabelle, «Franz Boas, le musée d'histoire naturelle de New York et la galerie de Dresde», *Revue germanique internationale* 21, 2015, p. 113-132.

- KAMER Henri, «De l'authenticité des sculptures africaines», *Arts d'Afrique noire* 1, 1974, pp. 17-40.
- KARP Ivan, LAVINE Steven, *Exhibiting cultures: the poetics and politics of museum display*, Washington, Smithsonian Institution, 1991, 468 p.
- KASFIR LITTLEFIELD Sidney, «One Tribe, one style? Paradigms in the historiography of African art», *History in Africa*, 1984, pp. 163-193.
- KERCHACHE Jacques, «Un parcours initiatique», in : KERCHACHE Jacques, PAUDRAT Jean-Louis, STEPHAN Lucien (éd.), *L'art africain*, Paris, Éditions Mazenot, 1988, pp. 488-496.
- KEYNES John Maynard, *Théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie*, Paris, Payot, 1988 [1936], 438 p.
- KNODEL, Bernard, «Transformation du Musée d'ethnographie par Théodore Delachaux», in : GONSETH Marc-Olivier, KNODEL Bernard, REUBI Serge (éd.), *Retour d'Angola*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie, 2010, pp. 200-215.
- KOTLER Philip, LEVY Sidney, «Broadening the concept of marketing», *Journal of Marketing* 33, 1969, pp. 10-15.
- KRAMER Hilton, «The high art of primitivism», *New York Magazine*, 24 juillet 1982, p. 18.
- LACEY Robert, MESSADIÉ Gérald, *Sotheby's: le marché de l'art et ses secrets*, Paris, JC Lattès, 1998, 358 p.
- LAHIRE Bernard, *Ceci n'est pas qu'un tableau: essai sur l'art, la domination, la magie et le sacré*, Paris, La Découverte, 2015, 597 p.
- LATOUR Bruno, *Sur le culte moderne des dieux faitiches, suivi de Iconoclash*, Paris, Les Empêcheurs de penser en rond, 2009, 203 p.
- LATOUR Bruno, WOOLGAR, Steve, *La vie de laboratoire: la production des faits scientifiques*, Paris, La Découverte, 1988, 308 p.
- LATOUR Bruno, *La science en action*, Paris, Gallimard, 1995, 663 p.
- LEBAT Cindy, *Les personnes en situation de handicap sensoriel dans les musées: réalités d'accueil, expériences de visite et trajectoires identitaires*, thèse de doctorat sous la direction de François Mairesse soutenue à l'Université Paris 3 – Sorbonne Nouvelle le 5 juillet 2018.
- LECLAIR Madeleine, «La musique et ses instruments au musée du quai Branly», *La Lettre de l'OCIM*, 112, 2007, pp. 30-39.

- LECLERCQ Sophie, *La rançon du colonialisme: les surréalistes face aux mythes de la France coloniale*, Dijon, Presses du Réel, 2010, 443 p.
- LELOUP Hélène, *Dogon*, Paris, Somogy, 2011, 415 p.
- LEIRIS Michel, *L'Afrique fantôme*, Paris, Gallimard, 1981 [1934], 536 p.
- LEMMONIER Pierre, SCHNAPP Alain, «André Leroi-Gourhan et Pierre Francastel», in: DUFRÈNE Thierry, TAYLOR Anne-Christine (éd.), *Cannibalismes disciplinaires: quand l'histoire de l'art et l'anthropologie se rencontrent*, Paris, INHA & musée du quai Branly, 2009, pp. 79-104.
- LEPETIT Bernard, «Propositions pour une pratique restreinte de l'interdisciplinarité», *Revue de synthèse* 6, 1990, pp. 331-338.
- LEROI-GOURHAN André, *Évolution et techniques: l'homme et la matière*, Paris, Albin Michel, 1971-1973 [1943], 348 p.
- LETOCHA Louise, «L'exposition est-elle un langage?», in: VIEL Annette, GUISE Cécile de (éd.), *Muséo-sédution, muséo-réflexion*, Québec, musée de la civilisation, 1992, pp. 29-39.
- LEVASSEUR Martine, VÉRON Eliséo, *Ethnographie de l'exposition: l'espace, le corps et le sens*, Paris, Bibliothèque public d'information & Centre Georges Pompidou, 1983, 220 p.
- LÉVI-STRAUSS Claude, *La pensée sauvage*, Paris, Plon, 1962, 389 p.
- LÉVI-STRAUSS Claude, «Place de l'anthropologie dans les sciences sociales et problèmes posés par son enseignement», in: LÉVI-STRAUSS Claude (éd.), *Anthropologie structurale*, Paris, Plon, 1974 [1958], pp. 102-133.
- LEYTON Harrie, DAMEN Bibi, *Art, anthropology and the modes of re-presentation: museums and contemporary non-western art*, Amsterdam, KIT, 1993, 80 p.
- LE BRETON David, *Le théâtre du monde: lecture de Jean Duvignaud*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval, 2004, 218 p.
- LIÈVRE-CROSSON Elisabeth, *Du classicisme à l'académisme*, Toulouse, Milan, 2008, 63 p.
- MACHLUP Fritz, *Production and distribution of the knowledge in the United States*, Princeton, Princeton university Press, 1962, 436 p.
- MACLUHAN Marshall, *Understanding media: the extensions of man*, New York, McGraw-Hill, 404 p.

- MAES Joseph, LAVACHERY Henri, *L'art nègre à l'exposition du Palais des Beaux-Arts du 15 novembre au 31 décembre 1930*, Bruxelles, Librairie nationale d'art et d'histoire, 1930, 31 p.
- MAIRESSE François, *Le musée temple spectaculaire : une histoire du projet muséal*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 2002, 215 p.
- MAIRESSE François, *Vers une redéfinition du musée*, Paris, L'Harmattan, 2007, 225 p.
- MAIRESSE François, *Le musée hybride*, Paris, La Documentation française, 2010a, 208 p.
- MAIRESSE François, «Un demi-siècle d'expographie», *Culture et Musées : la (r)évolution des musées d'art* 16, 2010b, pp. 219-229.
- MAIRESSE François, «What is Zbynek Stransky's "influence" on museology?», *Museologica Brunensia*, 2016, pp. 27-36.
- MAIRESSE François, HURLEY Cécilia, «Éléments d'expologie : matériaux pour une théorie du dispositif muséal», *Media Tropes*, 2012, pp. 1-27.
- MAIRESSE François, ROCHELANDET Fabrice, *Économie des arts et de la culture*, Paris, Armand Colin, 2015, 271 p.
- MALRAUX André, *La tête d'obsidienne*, Paris, Gallimard, 1974, 278 p.
- MALRAUX André, *La Métamorphose des dieux : l'Intemporel*, Paris, Gallimard, 1976, 422 p.
- MANDEL Gabriel, *Les arts premiers*, Paris, Solar, 2002, 191 p.
- MARCUS George E, «The modernist sensibility in recent ethnographic writing and the cinematic metaphor of montage», *Visual Anthropology*, 1990, pp. 2-12.
- MARE Alexandre, «Documents sur le ring : l'ethnologie au combat», *ArtPress2* 43, 2017, pp. 42-46.
- MARIAUX Pierre-Alain, *Les lieux de la muséologie*, Berne, Peter Lang, 2007, 183 p.
- MARIAUX Pierre-Alain, «Exposer l'art médiéval? Le cas du Trésor», in: BRÜCKLE Wolfgang, MARIAUX Pierre-Alain (Hrsg.), *Musealisierung Mitellalterlicher Kunst*, Berlin, Deutscher Kunst Verlag, 2015, pp. 30-45.
- MARTIN Stéphane, «Un musée pas comme les autres», *Le Débat : le moment du quai Branly*, 2007, pp. 5-22.
- MARTIN-CHAUFFIER Gilles, «Soudain, les géants de l'Île de Pâques et les autres ne relevaient plus de l'analyse des mœurs et des coutumes, mais

- de l'Art en majesté et en majuscule», *Les arts premiers au Louvre : les quatre salles du Pavillon des Sessions invitent au voyage*, 2010, pp. 6-7.
- MARTINEZ-JACQUET Elena, GEOFFROY-SCHNEITER Béatrice, *Regards de Marchands : la passion des arts premiers*, Bruxelles, Primedia, 2009, 192 p.
- MARX Karl, *Le Capital*, Paris, Presses universitaires de France, 1965 [1867], 488 p.
- MAURICE Marc, «Propos sur la sociologie des professions», *Sociologie du travail* 14(2), 1972, pp. 213-225.
- MAUSS Marcel, *Œuvres*, Paris, Éditions de Minuit, 1994-2008.
- MCGREGOR Neil, *À nouveaux mondes, nouveaux musées : les musées, les monuments et la communauté réinventée*, Paris, Louvre Édition, 2021, 240 p.
- MENGER Carl, *Principles of economics*, New York, New York University Press, 1981 [1871], 328 p.
- MERCILLON Henri, «Les musées : institutions à but non lucratif dans l'économie marchande», *Revue d'économie politique* 87(4), 1977, pp. 630-641.
- MITCHELL Pamela, «What's in a name? Multidisciplinarity, interdisciplinarity, and transdisciplinarity», *Journal of Professional Nursing*, 2005, pp. 332-334.
- MORPHY Howard, «Art as a mode of action: some problems with Gell's Art and Agency», *Journal of material culture* 14(1), 2009, pp. 5-27.
- MOULIER-BOUTANG Yann, *Le capitalisme cognitif : la nouvelle grande transformation*, Amsterdam, Éditions Amsterdam, 2007, 245 p.
- MOULIN Raymonde, *Le marché de la peinture en France*, Paris, Éditions de Minuit, 1967, 610 p.
- MOULIN Raymonde, *L'artiste, l'institution et le marché*, Paris, Flammarion, 2004 [1992], 437 p.
- MOULIN Raymonde, *De la valeur de l'art : recueil d'articles*, Paris, Flammarion, 1995, 286 p.
- MOUREAU Nathalie, SAGOT-DUVAUROUX Dominique, *Le marché de l'art contemporain*, Paris, La Découverte, 2016, 127 p.
- MOUREAU Nathalie, SAGOT-DUVAUROUX Dominique, VRIÈSE Muriel de, «Les stratégies de coopération des galeries d'art contemporain : l'apport de l'économie des proximités», *Revue internationale des*

- P.M.E: économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 2014, pp. 125-143.
- MÜLLER Sophus, *Nordische Atertumskunde: nach Funden und Denkmalen aus Dänemark und Schleswig*, Strassburg, Karl J. Trübner, 1897, 342 p.
- MUMBEMBELE Placide, *Les musées témoins de la politique culturelle, de l'époque coloniale à nos jours, en République démocratique du Congo*, thèse non publiée, Université libre de Bruxelles, 2014-2015.
- MURPHY Maureen, *De l'imaginaire au musée: les arts d'Afrique à Paris et à New York (1931-2006)*, Dijon, Presses du réel, 2009, 395 p.
- NÉGRI Vincent, «Les collections d'art "non-occidental": constitution et restitution aujourd'hui», *Perspective* 1, 2018, p. 65.
- NELSON Phillip, «Information and consumer behavior», *Journal of political economy* 78(2), 1970, pp. 311-329.
- NEWHOUSE Victoria, *Art and the power of placement*, New York, Monacelli Press, 2005, 303 p.
- NIEDERER Arnold, «Le langage des objets», in: GONSETH Marc-Olivier, HAINARD Jacques, KAEHR Roland (éd.), *Objets prétextes, objets manipulés*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie, 1984, pp. 151-166.
- NORA Simon, MINC Alain, *L'informatisation de la société: rapport à M. le Président de la République*, Paris, La Documentation française, 1978, 901 p.
- NOUAL Pierre, *Restitutions, une histoire culturelle et politique*, Paris, Belopolie, 2021, 431 p.
- NYST Nathalie, «Butins de guerre constitutifs des collections ethnographiques: le cas du Bénin», in: GOB André (éd.), *Des musées au-dessus de tout soupçon*, Paris, Armand Colin, 2007, pp. 90-95.
- O'DOHERTY Brian, *Inside the White Cube: the ideology of the gallery space*, San Francisco, Lapis Press, 1976-1981, 208 p.
- OLBRECHTS Frans, *Het roode land der zwarte Kariatiden*, Louvain, Davidsfonds, 1935, 209 p.
- OLIVIER DE SARDAN Jean-Pierre, «La politique du terrain. Sur la production des données en anthropologie», *Les terrains de l'enquête* 1, 1995, pp. 71-109.
- OLIVIER DE SARDAN Jean-Pierre, «Émique», *L'Homme* 147, 1998, pp. 151-166.

- OLIVIER DE SARDAN Jean-Pierre, «La rigueur du qualitatif. L'anthropologie comme science empirique», *Espaces Temps* 84, 1, 2004, pp. 38-50.
- OLIVIER DE SARDAN Jean-Pierre, *Anthropologie et développement: essai en socio-anthropologie du changement social*, Marseille & Paris, APAD & Karthala, 2005, 221 p.
- PARETO Vilfredo, *Cours d'économie politique*, Paris, Pichon, 1896, 426 p.
- PARSONS Talcott, «Professions», in: SILLS David, MERTON Robert (eds.), *International Encyclopædia of the social science*, Detroit, Macmillan Reference USA, 1968, pp. 536-547.
- PASSERON Jean-Claude, *Le raisonnement sociologique: l'espace non-poppérien du raisonnement naturel*, Paris, Nathan, 1991, 408 p.
- PEACOCK Alan, GODFREY Christine, «The Economics of the Museums and Galleries», in: TOWSE Ruth (ed.), *Cultural economics: the arts, the heritage and the media industries*, Cheltenham, E. Elgar, 1997, pp. 189-204.
- PENNY Glenn, *Objects of culture: ethnology and ethnographic museums in imperial Germany*, Chapel Hill, University of North Carolina Press, 2010 [2002], 281 p.
- PÉQUIGNOT Bruno, *La question des œuvres en sociologie des arts et de la culture*, Paris, L'Harmattan, 2007, 307 p.
- PINCH Trevor, «Performativiy and eEconomic demonstrations: pitching quality and quantity», in: AKRICH Madeleine, BARTHE Yannick, MUNIESA Fabian (éd.), *Débordements: mélanges offerts à Michel Callon*, Paris, Presses des Mines, 2010, pp. 369-380.
- PINE Joseph, GILMORE James, *The Experience Economy*, Boston, Harvard Business School Press, 1999, 400 p.
- POLI Marie-Sylvie, «Le texte dans l'exposition, un dispositif de tension permanent entre contrainte et créativité», *La Lettre de l'OCIM* 132, 2010, pp. 8-13.
- POMIAN Krzysztof, *Collectionneurs, amateurs et curieux. Paris, Venise: xv^e-xviii^e siècle*, Paris, Gallimard, 1987, 367 p.
- POMIAN Krzysztof, «L'art: entre le marché et le musée», in: BERTRAND-DORLEAC Laurence (éd.), *Le commerce de l'art de la Renaissance à nos jours*, Besançon, Éditions de la Manufacture, 1992, pp. 9-33.
- POMMEREHNE Werner, FREY Bruno, «Les musées dans une perspective économique», *Revue internationale des sciences sociales* XXXII(2), 1980, pp. 345-362.

- POULOT Dominique, *Musée et muséologie*, Paris, La Découverte, 2005, 122 p.
- PRICE Sally, *Primitive art in civilized places*, Chicago & London, University of Chicago Press, 1991, 145 p.
- PRICE Sally, *Arts primitifs ; regards civilisés*, Paris, ENSBA, 1995, 203 p.
- PRICE Sally, *Paris Primitive : Jacques Chirac's Museum on the Quai Branly*, Chicago, University Press of Chicago, 2007, 239 p.
- PRICE Sally, «Cultures en dialogue : options pour les musées du XXI^e siècle», in: DUFRÊNE Thierry, TAYLOR Anne-Christine (éd.), *Cannibalismes disciplinaires : quand l'histoire de l'art et l'anthropologie se rencontrent*, Paris, musée du quai Branly & INHA, 2009, pp. 269-278.
- Procès-verbal de la commission du musée d'ethnographie de Genève*, 24 novembre 1938 (Archives MEG 350R.0689).
- QUEMIN Alain, *Les commissaires-priseurs : la mutation d'une profession*, Paris, Anthropos-Economica, 1997, 534 p.
- REITLINGER Gerald, *The Economics of taste: the rise and the fall of picture prices, 1760-1960*, London, Barrie and Rockliff, 1961, 518 p.
- RÉMY Luc, «Les réserves : stockage passif ou pôle de valorisation du patrimoine ?», *La Lettre de l'OCIM* 65, 1999, pp. 27-35.
- REUBI Serge, «La mécanique du départ», in: GONSETH Marc-Olivier, KNODEL Bernard, REUBI Serge (éd.), *Retour d'Angola*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie de Neuchâtel, 2010, pp. 82-93.
- REUBI Serge, *Gentlemen, prolétaires et primitifs : institutionnalisation, pratiques de collection et choix muséographiques dans l'ethnographie suisse, 1850-1950*, Berne, Peter Lang, 2011, 753 p.
- RICARDO David, *Des principes de l'économie politique et de l'impôt*, Paris, Flammarion, 1971 [1817], 379 p.
- RIVET Paul, «Ce qu'est l'ethnologie», in: FEBVRE Lucien, MONZIE Anatole de (éd.), *L'Encyclopédie française*, tome 7 : *L'Espèce humaine*, Paris, Comité de l'Encyclopédie française & Librairie Larousse, 1936, pp. 7.06.01-07.06.08.
- RIVET Paul, «Organisation d'un musée d'ethnologie», *Museum*, vol. 1, 1-2, 1948, pp. 68-70.
- RIVET Paul, RIVIÈRE Georges Henri, «Mission ethnographique et linguistique Dakar-Djibouti», *Minotaure*, 1933, pp. 3-6.

- RIVIÈRE Georges Henri, «Le musée d'ethnographie du Trocadéro», *Document*, 1929, pp. 54-58.
- RIVIÈRE Georges Henri, «De l'objet d'un musée d'ethnographie comparé à celui d'un musée de beaux-arts», *Cahiers de Belgique*, 1930, p. 67.
- ROBERTS Mary, VOGEL Susan, MULLER Chris, *Exhibition-ism: museums and African art*, New York, Museum for African art, 1994, 131 p.
- ROUX Emmanuel de, PARINGAUX Roland-Pierre, *Razzia sur l'art: vols, pillages et recels à travers le monde*, Paris, Fayard, 1999, 352 p.
- RUBIN William, «Primitivism” in 20th century art: affinity of the tribal and the modern, New York, Museum of Modern Art, 1985, 689 p.
- SAGOT-DUVAUROUX Dominique, «Incertitude qualitative et fonctionnement des marchés: l'exemple des œuvres d'art», in: DELAMOTTE Éric (éd.), *Du partage au marché: regards croisés sur la circulation des savoirs*, Villeneuve-d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, 2004, pp. 279-300.
- SAHLINS Marshall, *Des îles dans l'histoire*, Paris, Gallimard & le Seuil, 1989, 188 p.
- SAID Edward, *Orientalism*, New York, Vintage Books, 1979, 394 p.
- SAID Edward, *After the last sky: Palestinian lives*, New York, Pantheon Books, 1986, 174 p.
- SANJEK Roger, «The Ethnographic present», *Man*, 1991, pp. 609-628.
- SARDI Massimo, ZIMMERMAN Christophe, *L'exposition nationale suisse: de la représentation à l'image*, Genève, Université de Genève, 1985, 244 p.
- SARTRE Jean-Paul, *Questions de méthode*, Paris, Gallimard, 1986, 164 p.
- SAVOY Bénédicte, *Objets du désir, désir d'objets*, Paris, Collège de France & Fayard, 2017, 88 p.
- SCHATZMAN Leonard, STRAUSS Anselm, *Field research: strategies for a natural sociology*, Englewoods Cliffs N.J., Prentice-Hall, 1973, 149 p.
- SCHEINER Teresa, «Réfléchir sur le champ muséal: signification et impact théorique de la muséologie», in: MAIRESSE François (éd.), *Nouvelles tendances de la muséologie*, Paris, La Documentation française, 2016, pp. 41-53.
- SCHULZE, Gerhard, *Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart*, Frankfurt am Main, Campus-Verlag, 1993, pp. 417-457.

- SCHUMPETER Joseph, *Théorie de l'évolution économique: recherche sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*, Paris, Dalloz-Siret, 1935 [1911], 589 p.
- SELIGMAN Germain, *Merchants of Art, 1880-1960: eighty years of professional collecting*, New York, Appleton-Century-Crofts, 1961, 294 p.
- SIEBOLD Franz von, «Lettre sur l'utilité des musées d'ethnographie et sur l'importance de leur création dans les états européens qui possèdent des colonies ou qui entretiennent des relations commerciales avec les autres parties du monde», in: HAMY Ernest-Théodore (éd.), *Les origines du Musée d'Ethnographie*, Paris, Jean-Michel Place, 1843, pp. 229-248.
- SIERRO Valérie, «Perspectives de mise en exposition (1921-1955)», in: GONSETH Marc-Olivier, HAINARD Jacques, KAEHR Roland (éd.), *100 ans d'ethnographie sur la colline de Saint-Nicolas: 1904-2004*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie, 2005, pp. 311-326.
- SIMMEL Georg, *The Philosophy of money*, London, Routledge, 1978, 512 p.
- SLUKA Jeffrey, ROBBEN Antonius, «Fieldwork in cultural anthropology: an introduction», in: SULKA Jeffrey, ROBBEN Antonius (eds.), *Ethnographic fieldwork: an anthropological reader*, Malden, Wiley-Blackwell, 2012, pp. 1-28.
- SMITH, Adam, *Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations*, Osnabrück, O. Zeller, 1776 [1966], 724 p.
- SOUSTELLE Jacques, «À propos de l'exposition ethnographique des colonies françaises», *L'Art vivant*, 1931, p. 358.
- STANISZEWSKI Mary Anne, *The Ppower of display: a history of exhibition installations at the Museum of modern art*, Cambridge, MIT Press, 2001, 408 p.
- STEINER Christopher, «The trade in West African art», *African Art* 24(1), 1991, pp. 38-43.
- STEINER Christopher, *African art in transit*, Cambridge & New York, Cambridge University Press, 2004 [1994], 220 p.
- STEINER Christopher, «The art of the trade: on the creation of value and authenticity in the African art market», in: MARCUS George E., MYERS Fred R. (eds.), *The traffic in culture: refiguring art and anthropology*, Berkeley & Los Angeles, University of California Press, 1995, pp. 151-165.

- STEINER Katie, «Dealing with laundering in the Swiss art market: new legislation and its threat to honest traders», *Case western reserve journal of international law* 49, 2017, pp. 351-372.
- STOCKING George, *Objects and Others: essays on museums and material cultures*, Madison, University of Wisconsin Press, 1985, 258 p.
- STRÁNSKÝ Zbyněk, «Museology - Science or just practical museum work?», *MuWop*, 1980, pp. 42-44.
- THROSBY David, «Introduction and Overview», in: GINSBURGH Victor, THROSBY David (eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Amsterdam, Elsevier, 2006, pp. 4-22.
- THURNWALD Richard, *Psychologie des primitiven Menschen: Handbuch der vergleichenden Psychologie*, Munich, E. Reinhardt, 1922, 553 p.
- TOBELEM Jean-Michel, *Musées et culture: le financement à l'américaine*, Mâcon & Savigny-le-Temple, M.N.E.S, 1990, 249 p.
- TOBELEM Jean-Michel, *Le nouvel âge des musées: les institutions culturelles au défi de la gestion*, Paris, Armand Colin, 2010, 324 p.
- TORGOVNIK Marianna, *Gone Primitive: savage intellects, modern lives*, Chicago & London, University of Chicago Press, 1990, 328 p.
- VALADE Bernard, «Le "sujet" de l'interdisciplinarité», *Sociologie et société* 31(1), 1999, pp. 11-21.
- VAN GEERT Fabien, *Du musée ethnographique au musée multiculturel: chronique d'une transformation globale*, Paris, la Documentation française, 2020, 455 p.
- VAN GENNEP Arnold, «Quelques lacunes de l'ethnographie actuelle», in: GONSETH Marc-Olivier, HAINARD Jacques, KAEHR Roland (éd.), *100 ans d'ethnographie sur la colline de Saint-Nicolas: 1904-2004*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie, 2005 [1914], pp. 326-342.
- VATIN François, «Valuation as evaluating and valorizing», *Valuation studies* 1, 2013, pp. 31-50.
- VATIN François (éd.), *Évaluer et valoriser: une sociologie économique de la mesure*, Toulouse, Presses universitaires du Midi, Collection Sociologique, 2013, 306 p.
- VERLAINE Julie, *Les galeries d'art contemporain à Paris: une histoire culturelle du marché de l'art, 1944-1970*, Paris, Publications de la Sorbonne, 2012, 576 p.

BIBLIOGRAPHIE

- VERNANT Jean-Pierre, «Le travail et la pensée technique», in: VERNANT Jean-Pierre, *Mythes et pensée chez les Grecs: étude de psychologie historique*, Paris, La Découverte, 2005 [1965], 432 p.
- VOGEL Susan, *Art/artifact: african art in anthropology collections*, New York & Munich, The Center for African art & Prestel Verlag, 1988, 196 p.
- WALRAS Leon, *Éléments d'économie politique pure ou Théorie de la richesse sociale*, Lausanne, F. Rouge, 1889 [1874], 523 p.
- WALSON Peter, TEDESCHINI Cecilia, *The Medici Conspiracy: the illicit journey of looted antiquities*, New York, Public Affairs, 2006, 448 p.
- WASTIAU Boris, *Congo-Tervuren Aller-retour: le transfert des pièces ethnographiques du Musée royal de l'Afrique centrale à l'Institut des Musées nationaux du Zaïre, 1976-1982*, Bruxelles, Musée royal de l'Afrique centrale, 2000, 58 p.
- WEIL Stephen, *Beauty and the Beasts: on Museums, Art, the Law and the Market*, Washington, Smithsonian Institution, 1983, 304 p.
- WUNDT Wilhelm, *Völkerpsychologie*, Leipzig, Wilhelm Engelman, 1919, 698 p.
- ZERILLI Filippo, *Il lato oscuro dell'ethnologia: il contributo dell'antropologia naturalista al processo di istituzionalizzazione degli studi ethnologici in Francia*, Rome, CISU, 1998, 221 p.

Annexes

Annexe 1 : la recherche : méthodologie et échantillon

1.1. Acteurs et échantillonnage

«Au vu de ma fenêtre [de galeriste], sans parler des institutions, il y a les maisons de ventes, les galeristes, les marchands sans galerie. Il y en a beaucoup qui font des salons. Ça fonctionne pendant les événements, c'est-à-dire les grandes ventes et les salons et le reste du temps, chacun prend ses vacances s'il veut!»⁴⁷¹

Cette déclaration illustre bien les différentes catégories d'acteurs qui composent le paysage général du champ. Il attire ainsi notre attention sur une schématisation à éviter, celle de la dichotomisation entre institutions muséales et marchands. En effet, si cette séparation est fréquemment mobilisée dans l'histoire du champ, le chercheur serait malavisé de la réemployer ainsi; la situation ne peut se résumer à cette opposition et différents acteurs structurent chaque catégorie. J'ai ainsi, sur la base de la situation actuelle et d'entretiens préparatoires, identifié quatre acteurs majeurs dans la relation entre les musées et les marchés de l'art: les institutions muséales, les galeries, les maisons de ventes aux enchères et les marchands sans espace fixe de monstration – une galerie par exemple,

⁴⁷¹ Entretien avec un galeriste mené à Bruxelles en 2014.

communément appelés «à la sauvette». Une pluralité des acteurs aussi pointée par Raymond Corbey (Corbey, 2000: 83) dans son terrain sur les échanges d'objets au Cameroun :

«Apart from the usual passers-by, each gallery has a more or less fixed clientele, which shifts to some degree over the years. [...] Most business, however, is conducted between dealers, locally and internationally, directly or through auctions, on all levels of quality. Auctions also provide suitable occasions for business contacts before and after the event, also with private collectors and museum staffers.»⁴⁷²

Chacun de ces acteurs revendique et négocie une place dans le champ, et toute modification de stratégie de l'un peut entraîner des changements ou repositionnements des autres. Ma recherche se base donc sur un échantillon de chacun de ces groupes d'acteurs dans chaque espace géographique défini.

1.1.1 Les musées

En ce qui concerne les musées d'ethnographie, j'entends le *musée* tel que défini par l'ICOM⁴⁷³ et qui conserve des objets issus de tous les continents, excepté l'Europe. Il s'agit donc d'une institution permanente et sans but lucratif, ce qui exclut les seuls espaces d'exposition (ces derniers pouvant cependant relever d'une autre catégorie d'acteurs identifiés).

En outre, ma recherche est circonscrite aux collections non européennes, car traiter des objets occidentaux considérés comme des objets ethnographiques élargirait la problématique à d'autres questionnements (comme la différence entre objets ethnographiques et folkloriques, etc.) et étendrait trop la recherche.

⁴⁷² «*Outre les passants habituels, chaque galerie a une clientèle plus ou moins fixe, qui évolue plus ou moins au fil des ans. [...] Cependant, la plupart des transactions sont menées entre marchands, localement et internationalement, directement ou par le biais d'enchères, et ce pour tous les niveaux de qualité. Les enchères offrent également des occasions appropriées pour nouer des contacts avant et après l'événement, tant avec d'autres marchands qu'avec des collectionneurs privés ou des membres du personnel des musées.*»

⁴⁷³ «*Un musée est une institution permanente sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation.*» Définition mise à jour par l'ICOM (International Council of Museums) lors de sa 21^e conférence générale à Vienne en 2007. Disponible sur <https://icom.museum/fr/ressources/normes-et-lignes-directrices/definition-du-musee/> [consulté le 20 novembre 2022].

Tableau 2. Musées de l'échantillon de recherche.

Type de musées	Nom	Lieu
Musée national	Musée du quai Branly	Paris
Musée national	Musée royal de l'Afrique centrale	Bruxelles
Musée national	Musée du Cinquantenaire	Bruxelles
Musée national	Musée de l'Homme	Paris
Musée de la ville	Musée d'ethnographie de Neuchâtel	Neuchâtel
Musée de la ville	Musée d'ethnographie de Genève	Genève
Fondation privée	Fondation Dapper	Paris
Fondation privée	Musée Barbier-Muller	Genève
Fondation privée	Fondation Culturelle du Musée Barbier-Muller	Genève

1.1.2 Les galeries

Si le nombre de musées d'ethnographie en France, en Suisse et en Belgique reste relativement limité, le nombre de galeries établies en tant que galerie d'art africain ou océanien est élevé, quoique limité en regard des autres spécialités artistiques⁴⁷⁴. Pour ne pas étendre trop la recherche, il a alors été nécessaire de limiter le nombre de galeries à interroger et à observer. La catégorisation des galeries par aire géographique des objets vendus se révèle de moins en moins pertinente aujourd'hui : un grand nombre de galeristes sont hétéroclites et généralistes, de façon à pouvoir s'adapter rapidement aux fluctuations du marché et se repositionner face à la demande. Ainsi, il existe des galeries très spécialisées, majoritairement dans une aire géographique ou une thématique, et des galeries très généralistes. Le choix des galeries ne peut se faire sur le seul critère géographique ; après quelques recherches et des entretiens préliminaires, trois critères sont apparus comme pertinents dans les collaborations entre institutions et galeries : la réputation de la galerie, sa localisation et sa visibilité. La réputation de la galerie se fonde sur différents critères, tels que les collaborations que celle-ci entretient avec les autres acteurs du champ ou le bouche-à-oreille. La localisation de la galerie participe de sa réputation (si elle est implantée dans les quartiers reconnus et validés par les pairs, tels que le quartier de Saint-Germain à Paris ou des Sablons

⁴⁷⁴ Voir Julie Verlaine (2012) pour les statistiques sur les galeries d'art contemporain, notamment.

à Bruxelles) et sa proximité avec des institutions facilite les contacts. La visibilité est un critère qui prend en compte l'implication du galeriste dans le développement du milieu, sa participation aux différents salons et foires, etc. Comme on peut le remarquer, ces trois critères sont eux-mêmes extrêmement liés, l'un pouvant participer de l'autre.

Le choix des galeries s'est donc fondé sur ces trois critères ainsi que sur les deux types de galeries existants (spécialisés ou généralistes), de façon à avoir un échantillon représentatif du milieu⁴⁷⁵.

Tableau 3. Galeries de l'échantillon de recherche.

Lieux	Nom de la galerie	Spécialiste	Généraliste	Implication(s) extérieure(s)
Paris	Schoffel-de Fabry		X	Compagnie Nationale des Experts
Paris	Bernard Dulon		X	Compagnie Nationale des Experts, Syndicat national des Antiquaires, Expert de la cour d'appel de Paris
Paris	Yann Ferrandin		X	Compagnie Nationale des Experts, Syndicat national des Antiquaires
Paris	Alain de Monbrison		X	Expert auprès de la cour d'appel de Paris, Syndicat national des Antiquaires
Paris	Ratton (anciennement Ratton-Hourdé)	X		Syndicat national des Antiquaires

⁴⁷⁵ Notons que toutes ces galeries ont été contactées en amont afin d'avoir leur accord sur une éventuelle participation à la recherche. État au 1^{er} janvier 2017.

ANNEXES

Lieux	Nom de la galerie	Spécialiste	Généraliste	Implication(s) extérieure(s)
Paris	Lucas Ratton	X		Syndicat national des Antiquaires, Comité national des Experts, Tribal art Society
Paris	Antony Meyer	X		Syndicat national des Antiquaires, Chambre européenne des experts d'art, Syndicat français des experts professionnels en œuvres d'art et objets de collection, Tribal art Society
Bruxelles	Bernard de Grunne		X	Syndicat national des Antiquaires, Chambre royale des Antiquaires et des Négociants en œuvres d'art de Belgique, Chambre des experts en œuvres d'art de Belgique
Bruxelles	Galerie Pierre Dartevelle	X		Chambre royale des Antiquaires et des Négociants en œuvres d'art de Belgique
Bruxelles	Sarah de Monbrison			Tribal art Society
Bruxelles	Serge Schoffel		X	Chambre royale des Antiquaires et des Négociants en œuvres d'art de Belgique, Tribal art Society
Bruxelles	Adrian Schlag-Tribal art Classics		X	Chambre royale des Antiquaires et des Négociants en œuvres d'art de Belgique, Tribal art Society

MUSÉES ET MARCHÉS

Lieux	Nom de la galerie	Spécialiste	Généraliste	Implication(s) extérieure(s)
Bruxelles	Patrick et Ondine Mestdagh		X	Chambre royale des Antiquaires et des Négociants en œuvres d'art de Belgique, Tribal art Society
Bruxelles	Didier Claes	X		Chambre royale des Antiquaires et des Négociants en œuvres d'art de Belgique, Chambre des experts en œuvres d'art de Belgique, Syndicat national des Antiquaires, Tribal art Society
Bruxelles	Ambre Congo	X		Chambre royale des Antiquaires et des Négociants en œuvres d'art de Belgique, Chambre des experts en œuvres d'art de Belgique, Tribal art Society
Bruxelles	Renaud Riley-2 ritual gallery-classic primitives	X		Tribal art Society
Neuchâtel	Galerie Numaga		X	
Genève	Le Cabinet d'expertise Témoins (Galerie Témoin)		X	Syndicat suisse des Antiquaires et Commerçants d'art, Confédération internationale des négociants en œuvres d'art, Pacific Art association

Tableau 4. Participation des galeries de l'échantillon de recherche aux foires.

Nom de la galerie	Participations aux événements en 2014	Participations aux événements en 2015	Participations aux événements en 2016
Schoffel-de Fabry	Paris Tribal, BRAFA, Parcours des Mondes	BRAFA, Paris Tribal, Parcours des Mondes	BRAFA, Parcours des Mondes, Paris Tribal
Bernard Dulon	BRAFA, Paris Tribal, Parcours des Mondes, BRUNEAF, Biennale des Antiquaires	BRAFA, Parcours des Mondes, BRUNEAF	BRAFA, Parcours des Mondes, Paris Tribal, Biennale des Antiquaires
Yann Ferrandin	BRAFA, Paris Tribal, Parcours des Mondes	BRAFA, Parcours des Mondes, Paris Tribal	BRAFA, Parcours des Mondes, Paris Tribal
Alain de Monbrison	Paris Tribal, Parcours des Mondes	Parcours des Mondes, Paris Tribal	Parcours des Mondes, Paris Tribal
Ratton (anciennement Ratton-Hourdé)	Paris Tribal, Parcours des Mondes	Paris Tribal, Parcours des Mondes	Parcours des Mondes, Paris Tribal
Lucas Ratton	Paris Tribal, Parcours des Mondes, BRUNEAF	BRUNEAF, Paris Tribal, Parcours des Mondes	Parcours des Mondes, Paris Tribal, BRUNEAF
Antony Meyer	Paris Tribal, Parcours des Mondes	Paris Tribal, Parcours des Mondes	Parcours des Mondes, Paris Tribal, Biennale des Antiquaires
Maine Durieu		Parcours des Mondes	
Bernard de Grunne	Parcours des Mondes, BRUNEAF, Biennales de Antiquaires		
Galerie Pierre Dartevelle	Parcours des Mondes	BRAFA, Parcours des Mondes	BRAFA

MUSÉES ET MARCHÉS

Nom de la galerie	Participations aux événements en 2014	Participations aux événements en 2015	Participations aux événements en 2016
Sarah de Monbrison	BRAFA, THEMA	BRAFA, BRUNEAF, Thema	BRAFA
Serge Schoffel	BRAFA, Parcours des Mondes, BRUNEAF, THEMA	BRAFA, BRUNEAF, Parcours des Mondes, BAS	BRAFA, Parcours des Mondes
Adrian Schlag-Tribal art Classics	BRAFA, Parcours des Mondes, BRUNEAF	BRUNEAF, Parcours des Mondes	Parcours des Mondes, BRUNEAF
Patrick et Ondine Mestdagh	Parcours des Mondes, BRUNEAF, THEMA	BRUNEAF, BAS, Thema	BRUNEAF
Didier Claes	BRAFA, Parcours des Mondes, BRUNEAF, Biennale des Antiquaires, THEMA	BRAFA, BRUNEAF, Parcours des Mondes, BAS, Thema	BRAFA, Parcours des Mondes, BRUNEAF, Biennale des Antiquaires
Ambre Congo	Parcours des Mondes, BRUNEAF, THEMA	BRUNEAF, Thema	BRUNEAF
Renaud Riley-2 ritual gallery-classic primitives	Parcours des Mondes, BRUNEAF, THEMA	BRUNEAF	BRUNEAF
Galerie Numaga	-	-	-
Le Cabinet d'expertise Témoins (Galerie Témoin)	-	-	-

1.1.3 Les maisons de ventes aux enchères

L'histoire et l'état de la situation actuelle ont montré que les maisons de ventes occupaient une place importante dans le champ : depuis quelques années, les grandes maisons de ventes aux enchères se sont dotées de départements uniquement consacrés aux arts africains et océaniques et des maisons de ventes aux enchères spécialisées dans ce domaine ont vu le jour. Certains commissaires-priseurs indépendants intègrent aussi des objets d'art africain et océanique à leurs ventes ou en consacrent parfois même certaines exclusivement à ce type d'objets. Comme pour les galeries, il s'agit de diversifier l'échantillon en tenant compte tant des généralistes que des spécialistes, ceci dans le bassin géographique considéré. En ce qui concerne les maisons de ventes aux enchères internationales, telles Sotheby's ou Christie's, les ventes sont réparties dans les grandes villes du monde selon les spécialités. Dans le domaine de l'art africain et océanique, c'est à Paris que se font les ventes aux enchères européennes. Paris compte en outre un lieu de ventes aux enchères important, qui inclut depuis peu les maisons de ventes spécialisées en objets ethnographiques : Drouot.

Le volet de la recherche consacré aux maisons de ventes prend donc en compte les différents spécialistes impliqués dans les départements ethnographiques du duopole international constitué par Sotheby's et Christie's à Paris, Bruxelles et Genève et les différentes ventes aux enchères consacrées exclusivement à l'art africain et océanique. Ces ventes ont généralement lieu en juin, septembre et décembre. D'autres maisons de ventes proposent cependant des ventes dédiées à l'art africain et océanique et font donc partie de l'échantillon de recherche : à Paris, la maison Artcurial propose, elle aussi, des ventes dédiées aux objets ethnographiques, et à Drouot différents commissaires-priseurs organisent des ventes consacrées, comme Cornette de Saint-Cyr (qui possède aussi une antenne à Bruxelles), Binoche et Giquello, les études Ader, Baron-Ribeyre, Audap-Mirabeau, Castor Hara, Le Fur, Million, De Baecque et Pierre Bergé. À Bruxelles, Native et Lempertz sont les maisons qui organisent les principales ventes aux enchères dans le domaine.

Tableau 5. Maisons de vente de l'échantillon de recherche.

Type	Nom	Lieu des ventes d'art africain et océanien
Maison internationale	Sotheby's	Paris
Maison internationale	Christie's	Paris
Maison internationale	Artcurial	Paris
Maison nationale	Binoche et Giquello	Paris
Maison nationale	Native	Bruxelles
Étude indépendante	Ader	Paris
Étude indépendante	Baron-Ribeyre	Paris
Étude indépendante	Audap-Mirabeau	Paris
Étude indépendante	Castor Hara	Paris
Étude indépendante	Le Fur	Paris
Étude indépendante	Million	Paris
Étude indépendante	De Baecque	Paris
Étude indépendante	Pierre Bergé	Paris
Maison nationale	Lampertz	Bruxelles
Maison internationale	Cornette de Saint-Cyr	Paris et Bruxelles

1.1.4 Autres acteurs

Des acteurs qui ne se situent pas dans ces catégories sont toutefois à prendre en compte également. En effet, le champ n'étant pas strictement structuré, il existe un certain nombre de personnes qui ne prennent part que de façon ponctuelle (expositions, événements, etc.) aux activités, comme des personnes qui ne sont aujourd'hui plus en activité, mais qui restent des références incontournables du champ. Ces acteurs ont aussi été interrogés dans le cadre de ma recherche et ont pu exprimer un point de vue sur l'évolution du champ, fournir des clés de compréhension alternatives, expliciter les réseaux existants ou les perspectives de développement : il s'agit de marchands ou de conservateurs à la retraite, de critiques ou de journalistes, d'indépendants travaillant pour les galeries ou les musées (prestataires externes, tels que socleurs, graphistes, éditeurs, etc.), ou des organisateurs d'événements (tels que les salons comme *Parcours des Mondes*).

En outre, il existe aussi quelques institutions qui n'entrent pas dans la définition du musée de l'ICOM, mais qui ont une place importante au sein du champ de l'objet ethnographique. Il s'agit pour la plupart de fondations privées, dénommées aujourd'hui musées, voire appartenant à l'ICOM, telles que la Fondation Musée Dapper ou le Musée Barbier-Muller de Genève. Ces fondations sont considérées par les acteurs du champ comme des musées à part entière et ont été prises en compte dans l'échantillon de recherche.

1.2 Le terrain ethnographique, la production et le traitement des données

C'est la principale caractéristique épistémologique d'un des cadres conceptuels abordés – le terrain ethnographique – qui a été choisie comme méthode de production des données. Le terrain est en effet la méthode qui correspond le mieux aux caractéristiques du champ évoquées ci-dessus : au vu de la sensibilité du sujet, des multiples références internes et des enjeux implicites, le terrain ethnographique a permis d'être « *au plus près des situations naturelles des sujets – vie quotidienne, conversations – dans une situation d'interaction prolongée* » (Olivier De Sardan, 1995 : 73), révélant des anecdotes, des problématiques et des sensibilités qu'aucune enquête par questionnaire n'aurait pu effleurer. La production des données grâce à une enquête de terrain a donc généré des connaissances qui ne peuvent être séparées de leur contexte de production : les observations de leur contexte de description, les entretiens de leur contexte d'énonciation.

La méthode du terrain ethnographique fait parfois l'objet de critiques virulentes, la crédibilité de ses données pouvant être jugée peu élevée et son aspect majoritairement qualitatif remis en cause. Quelle est la validité scientifique de ces données et comment peut-elle être confirmée ? De nombreux auteurs se sont penchés sur la « *véridicité* » (Passeron, 1991) ou la « *plausibilité* » (Olivier de Sardan, 1995, 2004) des données issues du terrain ethnographique ; tous se rejoignent sur plusieurs points qu'il me paraît important de rappeler ici.

Tout d'abord, le caractère qualitatif du terrain et la nature des données récoltées, parfois sur la base d'une forme de subjectivité, peuvent être considérés comme recevables par la communauté scientifique, si leur traitement répond à quelques conditions. La première de ces conditions

est la rigueur adoptée lors de la production des données, celles-ci ayant dû faire l'objet d'un recueil systématique et d'un tri ; cette même rigueur doit se retrouver dans le traitement des données et leur analyse, au travers de l'explication – par le chercheur – de ses changements de stratégies, de ses choix, des exceptions faites, ainsi que du parcours de l'information : comment celle-ci a-t-elle été recueillie, où, par qui, à quel moment⁴⁷⁶ ? Cette position refuse de considérer « une pureté pré-interprétative » des données, réfutant ainsi tout positivisme.

En outre, si les données ne peuvent figurer entièrement dans le travail, le chercheur effectuant une forme de « montage » avec ses *rushs*⁴⁷⁷, une présence forte de ces dernières dans le rendu final assure leur visibilité et les consacre en tant que preuves – ou *testum* – pouvant être réfutées – ou contestées⁴⁷⁸.

La méthode inductive itérative a pour particularité de se construire en grande partie par une confrontation de la théorie au terrain et inversement, relevant davantage de l'action-réaction que de la planification totale en amont. Si cette méthode a pu être qualifiée de bricolage⁴⁷⁹, elle permet à mon sens des ajustements fins et des combinaisons de méthodes variées selon les contextes, mais aussi selon les individus concernés, leurs rôles, leur personnalité ou les groupes auxquels ils appartiennent. Comme le rappelle Christian Ghasarian (2006 : 8) :

« Les idiosyncrasies de l'anthropologue, la situation de terrain, la nature de la recherche, les questions de confidentialité et l'énorme variété de personnes étudiées font qu'un manuel de terrain avec des instructions définitives sur l'enquête ethnographique, une méthode qui respecte les évidences et minimise les distorsions sans prétendre au rationalisme des sciences naturelles, ne peut voir le jour. »

L'ethnologue se doit donc de faire de continuel ajustements personnels au gré des circonstances, tout en respectant un certain nombre de règles,

⁴⁷⁶ Notons que le chercheur peut détailler au maximum le parcours de l'information, mais que celle-ci reste soumise à ce qu'Olivier de Sardan nomme le « *pacte ethnographique* », qui « *atteste pour le lecteur que l'anthropologue n'a pas inventé les discours dont il rend compte et qu'il n'a pas rêvé les descriptions qu'il propose* » (Olivier de Sardan, 1995 : 107).

⁴⁷⁷ Une métaphore empruntée à George Marcus (1990).

⁴⁷⁸ Voir Jean-Pierre Olivier de Sardan (1995), mais aussi Roger Sanjek (1991).

⁴⁷⁹ Voir Lévi-Strauss qui développe la notion de bricolage pour l'anthropologie dans *La Pensée sauvage* (Lévi-Strauss, 1962). Pour une actualité de cette notion et de sa critique en anthropologie, voir le numéro 52 de *Social compass* consacré à la question : « Au-delà du syncrétisme : le bricolage en débat », *Social Compass* 52(3) et 52(4), 2005.

notamment éthiques. Cette méthode offre la possibilité à la recherche de se moduler et de s'ouvrir à d'autres axes d'enquêtes et de réflexion au fil du terrain, sans s'enfermer dans les *a priori* qui pourraient formater toute première problématique de recherche. Celle-ci est en effet souvent élaborée alors que le terrain n'est encore en grande partie qu'une équation à plusieurs inconnues. Cette méthode permet de combiner l'anecdote et la généralité, l'illustratif et le théorique, l'entretien et l'observation, l'analyse du discours et du métadiscours, de prendre pour acquis ou de prendre du recul, de croiser et trianguler les informations, de combiner questions directives et intérêts généraux, de générer des nombres tout en tenant compte des ressentis, de tester, d'explicitier, d'échouer, de recommencer, d'affiner et de re-tester.

1.2.1 Production des données

«Regardez fonctionner les salles des ventes, où l'artiste, de son vivant, peut assister à son authentification sans y prendre part. Prenez acte des contradictions inhérentes au lieu où l'art est exposé et vendu.» (O'Doherty, 1976-1981 : 149)

Lorsque Brian O'Doherty écrit sa postface aux essais sur la *white cube* en 1986, il revient sans ambiguïté sur les évolutions du monde des galeries et du marché : soulignant l'importance grandissante du monde économique et des processus d'industrialisation dans les secteurs artistiques, il offre une plaidoirie en plusieurs points qui rejoint de façon étonnante les grandes lignes de cette enquête. Comme O'Doherty le prescrivait, celle-ci place en son cœur l'observation, particulièrement celle des contradictions et des conflits. Outre l'observation, non seulement du fonctionnement quotidien des acteurs cités ci-dessus, mais aussi des événements ponctuels plus importants, l'enquête qualitative menée entre 2013 et 2016 se compose d'entretiens et de la récolte des sources écrites. Ces trois méthodes de terrain permettent d'effectuer une triangulation des données (Olivier de Sardan, 1995 : 92-93) nécessaire à une enquête de terrain rigoureuse : en recoupant les données produites, la triangulation évite au chercheur de s'enfermer dans un seul point de vue ou une source unique, et le force à complexifier l'analyse en cherchant l'hétérogénéité des données plutôt que leur homogénéité.

Observation et observation participante

Deux types de situations d'observation ont eu lieu lors de ce terrain. Le premier type relève d'une observation stricte, simple ou participante, donnant lieu à une production de descriptions selon les canevas d'observation réfléchis en amont des situations identifiées. Ces observations concernent principalement les événements ayant lieu régulièrement dans le milieu : expositions, foires, salons et rencontres.

Le deuxième type concerne des observations ayant relevé davantage d'une fréquentation informelle du milieu que de situations précisément localisables dans le temps et l'espace. La fréquentation des salons, des expositions, des galeries et des ventes publiques, en dehors de celles de l'échantillon d'enquête ; les lectures systématiques des journaux et des revues d'art ; la proximité, voire l'amitié, installée parfois avec certains acteurs du champ ; tous ces éléments ont induit une familiarisation progressive avec le milieu, générant une connaissance produite davantage sur une forme d'expérience sensible et participant à une certaine compréhension ou interprétation des données (Olivier de Sardan, 1995 : 75). Les deux types d'observation ne sont pas toujours strictement dissociables et se sont parfois combinés.

L'observation s'est aussi doublée d'une participation à un certain nombre d'activités du milieu muséal : ainsi mon intégration successive dans les équipes du Musée d'ethnographie de Genève, de Neuchâtel puis au Musée royal de l'Afrique centrale a permis de participer à la vie collective des institutions et à leurs activités formelles (recherche, conception d'expositions, acquisitions, édition, etc.) ou informelles (repas, activités de groupe, etc.). Une participation qui a trouvé son pendant à mon implication, du côté du marché, dans l'organisation et dans la vie des équipes de certaines galeries et maisons de ventes aux enchères.

L'observation stricte a pris place en plusieurs endroits et à différents moments de l'année et porte sur plusieurs aspects. Les événements annuels marquants ont donc alimenté une grande partie des observations. Dans le champ de l'art africain et océanien, plusieurs événements sont considérés comme importants, voire primordiaux. Il s'agit principalement de foires et de salons auxquels participent les galeries, parfois les institutions muséales, et que visitent la grande majorité des acteurs du champ. Tout comme pour les galeries ou les maisons de ventes aux enchères, ces événements peuvent être généralistes ou spécialisés. Au niveau des événements spécialisés, on trouve

Tableau 6. Liste des foires observées.

Catégorie	Nom	Lieu	Dates	Observée en
Art général	BRAFA	Bruxelles	Janvier	2014/2015/2016
Art premier	BRUNEAF Winter	Bruxelles	Janvier	2014/2015/2016
Art premier	Paris Tribal	Paris	Avril	2015/2016
Art premier	BRUNEAF été	Bruxelles	Juin	2015/2016
Art premier	Parcours des Mondes	Paris	Septembre	2013/2014/ 2015/2016
Art général	Biennale des Antiquaires	Paris	Septembre	2014/2016
Art général	Brussel Art Square	Bruxelles	Septembre	2015/2016
Art premier	Thema	Bruxelles	Novembre	2015

le Parcours des Mondes, qui a lieu tous les ans en septembre à Paris, et le Bruneaf, qui a lieu deux fois par an (en janvier et en juin) à Bruxelles. Du côté des événements non spécialisés où sont présentes des galeries d'art africain et océanien, les foires de Brafa en janvier à Bruxelles et de la Biennale de Paris en septembre à Paris sont considérées comme les foires les plus importantes pour le milieu par les acteurs concernés. Des foires considérées comme mineures ont aussi lieu tous les ans, comme le Paris Tribal en avril à Paris, le Brussel Art Square (BAS) en septembre et Thema en novembre, à Bruxelles.

Notons que pour des raisons de calendrier, l'observation de la Bruneaf d'été n'a pu être effectuée en 2014. En outre, les foires Paris Tribal, Brussel Art Square et Thema, jugées comme plus confidentielles, n'ont pas été portées à ma connaissance lors de la première année d'enquête. En effet, ces foires sont davantage considérées comme des événements entre experts que comme des occasions de faire connaître l'art africain et océanien à un public élargi – comme c'est par exemple le cas pour le Parcours des Mondes; elles ne bénéficient donc que d'une communication réduite. Les observations de Bruneaf d'été, de Paris Tribal, de Brussel Art Square et de Thema manquantes pour 2014 ont donc été compensées par une récolte de matériel photographique et de sources écrites (catalogues, presse, etc.).

L'observation de ces événements a suivi un canevas en cinq points : observation de l'organisation, de la participation des professionnels, de la participation du public, des objets et finalement des dispositifs.

En ce qui concerne l'observation de l'organisation, l'intérêt s'est porté sur deux points : quels sont les organisateurs de l'événement (un comité, des institutions, des individus, des privés) ? Comment est organisé l'événement et avec quels moyens ? L'observation de la participation des professionnels visait à mettre en évidence les galeries sélectionnées pour tenir un stand et, si possible, sur quels critères. L'observation du public a consisté en l'identification du genre, de l'âge et des attitudes des observateurs, des acheteurs et des amateurs présents sur les stands des galeries sélectionnées. Dans un troisième temps, il a été question de la réception de l'exposition : quelle a été sa fréquentation ? Qu'en ont dit la presse et le public ? L'observation des objets s'est quant à elle structurée autour de plusieurs axes : les types d'objets présentés (sculpture, peinture, mais aussi masque, cuiller, etc.), leur nombre, leur provenance et la création d'une éventuelle cohérence thématique entre eux.

Comme nous l'avons vu dans le cadre conceptuel, le dispositif est au centre de la problématique de recherche. Envisagé de façon large, le dispositif est transversal à tous les acteurs de l'échantillon d'enquête : musées, mais aussi maisons de ventes aux enchères, galeristes, vendeurs aux marchés aux puces, etc. Les expositions et les dispositifs d'exposition sont un phénomène qui ne se circonscrit pas aux musées. Comme nous l'avons vu dans la revue de littérature, Cécilia Hurley-Griener et François Mairesse (2012) rappellent quelques recherches ayant développé l'analyse d'exposition comme outil d'enquête : l'analyse du dispositif des collections permanentes du MoMA par Duncan et Wallach (1978), mais aussi l'analyse par Nathalie Heinich et Michael Pollak (1989) de l'exposition *Vienne, naissance d'un siècle* qui s'est tenue au Centre Pompidou à Paris. Ces enquêtes nous montrent à quel point il peut être pertinent de relever et d'étudier l'ensemble des éléments qui amènent à la présentation d'une exposition de façon à saisir le dispositif dans son ensemble.

La méthodologie adoptée a donc consisté à s'interroger sur deux éléments. Les lieux d'exposition tout d'abord : comme le préconise Pierre-Alain Mariaux (2007), il convient de s'interroger sur les cadres institutionnels dans lesquels les objets, les êtres et les idées sont présentés, selon un ordre précis et une intention claire. Ainsi, selon cette approche, je me suis intéressée à l'institution et à ses contraintes ou avantages, aux budgets, aux personnes qui ont conçu et présenté les expositions et à leurs liens institutionnels ou personnels, etc.

Le deuxième élément d'observation est celui de l'exposition en elle-même et au relevé systématique des points suivants :

- Quelles sont la taille et la disposition générale de l'exposition ? Quelle est la répartition des espaces, notamment dans les expositions de galerie, entre les espaces de monstration, d'achat, etc. ?
- Quels sont le type d'exposition et la présentation des expôts (narration, juxtaposition, etc.) ? Comment sont disposés les objets (en série, individuellement, etc.) ?
- Quelle est la scénographie adoptée (en termes de lumière, de socles, de couleurs, de disposition, etc.) ?
- Comment le texte est-il traité, par qui et comment a-t-il été écrit ? Y a-t-il présence de cartels ou de légendes, de textes explicatifs ? Quelle est leur disposition et quel est le type d'information présente ?

Notons que les réponses à ces questions ont souvent été complétées par deux autres sources : les entretiens et les sources écrites.

Outre les foires et les salons, deux autres types de dispositifs étaient observables : les expositions temporaires des musées d'ethnographie – et les éventuelles ouvertures d'expositions permanentes dans le cadre de réouverture de musées – ainsi que les ventes aux enchères d'art africain et océanien.

Tableau 7. Liste des expositions de musées de l'échantillon de recherche.

Musée	Nom de l'exposition	Type d'exposition	Dates	Vue
Musée du Louvre	<i>Pavillon des Sessions</i>	Permanente	Ouverture en 2000	Oui
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Le Plateau des Collections</i>	Permanente	Ouverture en 2006	Oui
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Philippines : archipel des échanges</i>	Temporaire	09.04.2013 – 14.07.2013	Non
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Charles Rattou</i>	Temporaire	25.06.2013 – 22.09.2013	Oui

MUSÉES ET MARCHÉS

Musée	Nom de l'exposition	Type d'exposition	Dates	Vue
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Nocturnes de Colombie</i>	Temporaire	17.09.2013 – 02.02.2014	Non
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Kanak : l'art est une parole</i>	Temporaire	14.10.2013 – 26.01.2014	Oui
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Secrets d'Ivoire : l'art des Lega d'Afrique centrale</i>	Temporaire	13.11.2013 – 26.01.2014	Oui
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Bois sacré : initiation dans les forêts guinéennes</i>	Temporaire	04.03.2014 – 18.05.2014	Non
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Indiens des Plaines</i>	Temporaire	08.04.2014 – 20.07.2014	Non
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Tatoueurs, tatoués</i>	Temporaire	06.05.2014 – 18.10.2015	Oui
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Tiki Pop : l'Amérique rêve son paradis polynésien</i>	Temporaire	24.06.2015 – 28.09.2014	Oui
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Mayas</i>	Temporaire	06.10.2014 – 07.02.2015	Oui
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>L'Éclat des ombres</i>	Temporaire	18.11.2014 – 01.02.2015	Non
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Les Maîtres de la sculpture</i>	Temporaire	13.04.2015 – 26.07.2015	Oui
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>L'Inca et le conquistador</i>	Temporaire	23.06.2015 – 20.09.2015	Non
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Sépik</i>	Temporaire	27.10.2015 – 07.02.2016	Oui

ANNEXES

Musée	Nom de l'exposition	Type d'exposition	Dates	Vue
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Esthétiques de l'Amour</i>	Temporaire	03.11.2015 – 17.01.2016	Non
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Persona : étrangeté humaine</i>	Temporaire	26.01.2016 – 13.11.2016	Oui
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Chamanes et divinités de l'Équateur précolombien</i>	Temporaire	16.02.2016 – 15.05.2016	Non
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Dakar 66</i>	Temporaire	16.02.2016 – 15.05.2016	Non
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Par les images</i>	Temporaire	16.02.2016 – 15.05.2016	Non
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Matahoata : arts et Société aux îles Marquises</i>	Temporaire	12.04.2016 – 24.07.2016	Non
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Homme blanc, homme noir : les représentations de l'homme occidental dans l'art africain</i>	Temporaire	15.06.2016 – 09.10.2016	Oui
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Jacques Chirac ou le dialogue des cultures</i>	Temporaire	21.06.2016 – 09.10.2016	Oui
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>The Color Line</i>	Temporaire	04.10.2016 – 15.01.2017	Oui
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Éclectique</i>	Temporaire	23.11.2016 – 02.04.2017	Oui
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Du Jourdain au Congo</i>	Temporaire	23.11.2016 – 02.04.2017	Oui

MUSÉES ET MARCHÉS

Musée	Nom de l'exposition	Type d'exposition	Dates	Vue
Musée du quai Branly – Jacques Chirac	<i>Plumes : vision de l'Amérique Précolombienne</i>	Temporaire	22.11.2016 – 29.01.2017	Non
Musée de l'Homme	<i>D'où venons-nous, Qui sommes-nous, Où allons-nous ?</i>	Permanente	Depuis le 17.10.2015	Oui
Musée de l'Homme	<i>Chronique d'une renaissance</i>	Temporaire	17.10.2015 – 13.06.2016	Oui
Musée de l'Homme	<i>Balcon des sciences : expositions d'actualité</i>	Temporaire	Depuis le 17.10.2015	Oui
Musée de L'Homme	<i>Galerie photo : Destins Dolganes</i>	Temporaire	20.01.2016 – 25.04.2016	Oui
Musée de L'Homme	<i>Parcours contemporain : Pascale Martine Tayou et Frans Krajcberg</i>	Temporaire	17.10.2015 – 13.06.2016	Oui
Fondation Dapper	<i>Initiés</i>	Temporaire	09.10.2013 – 06.07.2014	Oui
Fondation Dapper	<i>L'Art de Manger</i>	Temporaire	15.10.2014 – 12.07.2015	Non
Fondation Dapper	<i>Chefs-d'œuvre d'Afrique dans les Collections du musée Dapper</i>	Temporaire	30.09.2015 – 18.06.2017	Oui
Musée royal de L'Afrique Centrale	<i>Prêt des pièces pour des expositions pop-up</i>	Temporaire	01.12.2013 – 01.06.2018	Oui
Musée d'ethnographie de Neuchâtel	<i>C'est pas la mort</i>	Temporaire	27.06.2016 – 17.01.2017	Oui
Musée d'ethnographie de Neuchâtel	<i>Imagine Japan</i>	Temporaire	20.04.2014 – 26.04.2015	Oui

ANNEXES

Musée	Nom de l'exposition	Type d'exposition	Dates	Vue
Musée d'ethnographie de Neuchâtel	<i>Hors-Champs</i>	Temporaire	03.11.2012 – 29.12.2013	Oui
Musée d'ethnographie de Neuchâtel	<i>Retour d'Angola</i>	Permanente	06.10.2007 – 31.12.2012	Oui
Musée d'ethnographie de Genève	<i>Les archives de la diversité humaine</i>	Permanente	-	Oui
Musée d'ethnographie de Genève	<i>Les rois mochica</i>	Temporaire	01.11.2014 – 03.05.2015	Oui
Musée d'ethnographie de Genève	<i>La vitrine des nouveaux dons au MEG</i>	Temporaire	17.11.2015 – 28.02.2016	Oui
Musée d'ethnographie de Genève	<i>Le bouddhisme de Madame Butterfly</i>	Temporaire	09.09.2015 – 10.01.2016	Non
Musée Barbier-Muller, Genève	<i>Nudités insolites</i>	Temporaire	23.05.2014 – 28.02.2015	Non
Musée Barbier-Muller, Genève	<i>Arts du Nigéria revisités</i>	Temporaire	20.03.2015 – 17.01.2016	Non
Musée Barbier-Muller, Genève	<i>Monnaies, objets d'échange</i>	Temporaire	11.02.2016 – 31.10.2016	Non
Musée Barbier-Muller, Genève	<i>Arts de la Côte d'Ivoire, autour des Yohouré</i>	Temporaire	24.11.2016 – 30.04.2017	Non
Musée du Cinquantaire	<i>Salles Océanie et Amérique</i>	Permanente		Oui

La liste des expositions des musées concernés étant relativement longue, l'entier des événements n'a pas pu être observé et certains choix ont dû être opérés, pour des questions de calendrier et de lieux (certaines expositions pouvant être relativement courtes). La priorité a donc été donnée aux expositions de grande envergure concernant l'art africain et océanien ou les départements concernés par les autres événements. Ainsi, dans le cas du musée du quai Branly – Jacques Chirac, les expositions des unités patrimoniales des collections «Mondialisation historique et contemporaine» ou des collections photographiques n'ont pas été observées systématiquement.

Le même canevas d'observation a été appliqué à tous les événements, avec certains ajustements selon les contextes. Pour les expositions, l'observation de la participation des professionnels ne pouvait s'appliquer ; cependant, le canevas reprenait les quatre autres points, à savoir l'observation de l'organisation, du public, des objets et des dispositifs.

Finalement, l'observation des ventes aux enchères s'est faite autour de deux types de ventes : les ventes effectuées par des maisons possédant leur propre salle, telles Sotheby's et Christie's, et les ventes effectuées par des commissaires-priseurs indépendants ou de petites maisons de vente (Native et Cornette de Saint-Cyr à Bruxelles ainsi que Artcurial, Binoche et Giquello et Cornette de Saint-Cyr à Paris) et s'effectuant dans des hôtels de vente, tel Drouot.

Pour les ventes aux enchères, les cinq points précités restent sensiblement les mêmes : l'observation de l'organisation, de la participation, du public, des objets et des dispositifs. Ce dernier point comporte cependant une particularité, car il concerne autant le dispositif d'exposition des objets avant la vente que la vente elle-même (disposition de la salle, emplacements des personnes et des objets, gestuelle, etc.). Toutes les ventes aux enchères n'ont pu être observées, certaines ayant lieu simultanément. En effet, les ventes aux enchères sont généralement regroupées en saison, avec deux temps forts : juin et septembre, les deux principales maisons qui maintiennent le duopole – Christie's et Sotheby's – ajoutant un temps supplémentaire en fin d'année, généralement à la mi-décembre. De même que pour les expositions, la priorité a donc été donnée aux ventes consacrées à l'art africain et océanien, et les observations manquantes pour certaines ventes ont été compensées par la récolte de sources écrites et de matériel photographique (et parfois filmique, lorsque les ventes étaient retransmises en ligne).

Tableau 8. Liste des ventes aux enchères de l'échantillon de recherche.

Maison de vente	Lieu	Nom de la vente	Date	Vente et expo vues	Résultats obtenus
Native	Bruxelles	African and oceanic art	25.01.14	Non	Oui
Native	Bruxelles	African and oceanic art	07.06.14	Non	Non
Christie's	Paris	Collection Rudolf et Leonore Blum	19.06.14	Non	Oui
Artcurial	Paris	Vente inaugurale du renforcement du département	17.06.14	Non	Oui
Sotheby's	Paris	Vente générale	18.06.14	Non	Oui
Sotheby's	Paris	Trésors de la collection Frum	16.09.14	Exposition	Oui
Sotheby's	Paris	Vente générale et vente Affinités électives : Alexis Bonew	10.12.14	Exposition et vente	Oui
Artcurial	Paris	Collection Liuba et Ernesto Wolf	10.12.14	Non	Oui
Christie's	Paris	Vente générale du département	11.12.14	Exposition	Oui
Native	Bruxelles	African and oceanic art	24.01.15	Non	Oui
Baron-Ribeyre et Associés à Drouot	Paris	Art premier et archéologie	10.02.15	Non	Non
Cornette de Saint-Cyr à Drouot	Paris	Arts primitifs	09.03.15	Non	Oui
Castor-Hara à Drouot	Paris	Arts premiers	13.03.15	Non	Oui
Rémy le Fur à Drouot	Paris	Bijoux ethniques et art primitif	05.05.15	Non	Non
Mathias Baron, Ribeyre et Associés à Drouot	Paris	Arts premiers/Art moderne	01.06.15	Non	Non

Maison de vente	Lieu	Nom de la vente	Date	Vente et expo vues	Résultats obtenus
Artcurial	Paris	Art tribal	22.06.15	Non	Oui
Ader à Drouot	Paris	Art primitif : collection Jean-Robert Arnaud	22.06.15	Non	Oui
Castor-Hara à Drouot	Paris	Art premier et art précolombien	22.06.15	Non	Oui
Audap-Mirabeaud à Drouot	Paris	Archéologie et arts premiers	23.06.15	Non	Non
Christie's	Paris	Vente générale du département	23.06.15	Non	Oui
Sotheby's	Paris	Vente générale du département	24.06.15	Non	Oui
Million et Associés à Drouot	Paris	Art premier et art d'Asie	22.10.15	Non	Non
Ader à Drouot	Paris	Arts asiatiques et arts premiers	30.10.15	Vente	Non
Binoche et Giquello à Drouot	Paris	Art de la Nouvelle-Guinée : collection d'un amateur	06.11.15	Vente	Oui
Cornette de Saint-Cyr à leur salle	Paris	Art tribal et art d'Asie	17.11.15	Vente online	Oui
Sotheby's	Paris	Vente générale et vente Collection René et Odette Delenne	02.12.15	Exposition	Oui
Christie's	Paris	Vente générale du département	03.12.15	Exposition et vente	Oui
Artcurial	Paris	Vente générale	14.12.15	Vente annulée	-
Native	Bruxelles		23.01.16	Non	Non
Lampertz	Bruxelles	African and Oceanic art, 1063	26.01.16	Non	Oui

Maison de vente	Lieu	Nom de la vente	Date	Vente et expo vues	Résultats obtenus
De Baecque et Associés à Drouot	Paris	Vente objets de hasard, art africain, art populaire et archéologie	16.03.16	Non	Non
Drouot	Paris	Divers (lots d'art africain)	19.02.16	Vente online	Oui
Cornette de Saint-Cyr à Drouot	Paris	Art d'Asie, d'Afrique et d'Océanie	23.03.16	Vente	Oui
Binoche et Giquello	Paris	Arts premiers	23.03.16	Vente	Oui
Pierre Bergé et Associés à Drouot	Paris	Arts de la Côte d'Ivoire: la collection d'un amateur	08.04.16	Vente	Oui
Millon à Drouot	Paris	Art africain, océanien et précolombien	12.04.16	Non	Oui
Binoche et Giquello à Drouot	Paris	Art d'Afrique – art océanien – art précolombien	19.05.16	Exposition et vente	Oui
Eve à Drouot	Paris	Art amérindien, art précolombien, Afrique et Océanie	30.05.16	Non	Non
Rémy le Fur et Associés à Drouot	Paris	Arts premiers	01.06.16	Non	Nom
Arteurial	Paris	Art tribal	07.06.16	Exposition et vente	Oui
Lampertz	Bruxelles	African and Oceanic art, 1073	15.06.16	Non	Oui
Binoche et Giquello à Drouot	Paris	Curiosités: histoire naturelle – art africain – art océanien – art asiatique – art islamique	17.06.16	Exposition et vente	Oui
Baron-Ribeyre et Associés à Drouot	Paris	Bibliothèque, tableaux, art africain, art asiatique	17.06.16	Non	Non

MUSÉES ET MARCHÉS

Maison de vente	Lieu	Nom de la vente	Date	Vente et expo vues	Résultats obtenus
Pierre Bergé et Associés à Drouot	Paris	Art tribal d'Afrique, d'Asie et d'ailleurs	21.06.16	Exposition et vente	Oui
Sotheby's	Paris	Vente générale et vente Malcom volume Two	22.06.16	Exposition Et vente	Oui
Christie's	Paris	Vente générale du département	23.06.16	Exposition et vente	Oui
Million	Paris	Grandes civilisations : préhistoire, archéologie, Océanie, Afrique, précolombien et arts d'Asie	27.06.16	Vente	Oui
Baron-Ribeyre et Associés à Drouot	Paris	Collection Michèle Yoyotte	06.10.16	Non	Non
Audap-Mirabaud	Paris	Curiosités et civilisations	10.10.16	Non	Non
Binoche et Giquello à Drouot	Paris	Arts d'Afrique et d'Océanie	24.11.16	Exposition et vente	Oui
De Baecque et Associés à Drouot	Paris	Bijoux, orfèvrerie, céramiques, opalines, estampes, tableaux anciens, tableaux modernes, arts premiers, objets de curiosité, objets d'art et d'ameublement	25.11.16	Non	Non
Copages Auction Paris à Drouot	Paris	Arts premiers, art islamique, histoire naturelle, archéologie, cabinet de curiosités	28.11.16	Non	Non
Millon à Drouot	Paris	Arts premiers, arts précolombiens (sic) et océaniens	02.12.16	Non	Oui

Maison de vente	Lieu	Nom de la vente	Date	Vente et expo vues	Résultats obtenus
Eve à Drouot	Paris	Art précolombien, arts premiers, art amérindien	12.12.16	Non	Non
Sotheby's	Paris	Vente générale et vente Collection Viviane Jutheau, Comtesse de Witt : au cœur des arts d'Afrique	14.12.16	Exposition et vente	Oui
Million à Drouot et Christie's France	Paris	Aristide Courtois et Charles Ratton : au cœur de la succession Madeleine Meunier (1)	15.12.16	Non	Oui
Pescheteau-Badin à Drouot	Paris	Bijoux, mode et accessoires, art d'Asie, montres, orfèvrerie, dessins, tableaux anciens, tableaux du XIX ^e , arts premiers, art islamique, objets d'art et d'ameublement, vins	16.12.16	Non	Non
Million à Drouot	Paris	Aristide Courtois et Charles Ratton : au cœur de la succession Madeleine Meunier (2) archéologie, art d'Asie, arts premiers, art précolombien, bijoux, orfèvrerie, objets d'art et d'ameublement	16.12.16	Non	Oui
Eve à Drouot	Paris	Tableaux anciens, tableaux modernes, objets d'art et d'ameublement, art d'Asie, arts premiers, tapis, archéologie, art islamique, icônes, dessins, vins	21.12.16	Non	Non

Un dernier événement a finalement été observé : les marchés aux puces, où de plus en plus de stands sont consacrés à des objets ethnographiques. À Paris, le principal marché est celui des puces de Saint-Ouen, et à Bruxelles celui de la place du Jeu de Balle. Cependant, ces deux marchés ne fonctionnent pas exactement de la même façon : le marché aux puces de Saint-Ouen est plus clairement structuré (en différents sous-marchés), avec des brocanteurs et antiquaires possédant leur stand couvert à l'année (et pouvant donc stocker certaines pièces), ce qui les rapproche davantage des galeristes. De nombreux galeristes ont d'ailleurs commencé leur carrière en possédant un stand à Saint-Ouen. Cette relative pérennité des structures et des acteurs des différents marchés constituant le marché aux puces de Saint-Ouen a permis de définir des galeries intégrant l'échantillon de recherche⁴⁸⁰. Du côté belge, le marché de la place du Jeu de Balle est un lieu à ciel ouvert, certes circonscrit dans l'espace mais ne possédant pas de structure pérenne : les brocanteurs et antiquaires doivent donc déployer leur propre matériel les jours de marché, et les stands sont beaucoup plus changeants.

Tableau 9. Stands des marchés aux puces de l'échantillon de recherche.

Nom du stand	Nom de l'antiquaire	Type d'objets (descriptif du stand)	Localisation
L'œil du caméléon	Rosi Chumillas	Arts océaniens	Marché Malassis, stand 86
Mahès Sinnappu	Mahès Sinnappu	Arts d'Asie et d'Afrique	Marché Vernaison, allée 1, stand 38
Primitivisme	Pascal Cunin	Art d'Afrique	Marché Paul Bert, allée 7, stand 406
Laurent Jaffrennou	Laurent Jaffrennou	Objets de curiosité	Marché Vernaison, allée 7, stand 140 bis
Edward Klejman	Edward Klejman	Art d'Afrique	Marché Vernaison, allée 1, stand 21
Virgile Wall-Boyer	Virgile Wall-Boyer	Art africain et océanien	Marché Vernaison, allée 4, stand 148

⁴⁸⁰ Les marchés aux puces possèdent un statut particulier dans ce travail : si le terrain les a inclus dans la recherche, partant du principe qu'ils faisaient partie du marché des objets ethnographiques, les observations ont cependant mis en évidence leur peu de liens avec les musées. Ainsi, ils n'apparaissent que peu dans l'analyse.

Les entretiens

L'entretien est une des méthodes les plus importantes de cette enquête. La totalité des acteurs sélectionnés a été interrogée sur plusieurs catégories de questions, dans le cadre de discussions formelles ou informelles.

Un ou plusieurs entretiens formels ont été effectués avec chaque acteur, un chiffre qui a varié selon leur disponibilité et la précision des réponses fournies. Les questionnaires se sont articulés autour d'axes théoriques définis, à savoir une catégorie de questions générales introduisant la recherche et une catégorie de questions visant à l'approfondissement du sujet, selon le rôle et la place de la personne dans le champ. Cinq canevas de questionnaires ont été élaborés selon les différentes catégories d'acteurs : galeristes et vendeurs à la sauvette (15 personnes), professionnels de musée (30 personnes), professionnels de maison de ventes aux enchères (5 personnes), journalistes ou critiques (3 personnes), et finalement une catégorie plus large englobant des individus aux rôles divers ou plus satellitaires (5 personnes). Les entretiens ont été construits sur cinq axes :

- Parcours de la personne : formation, parcours professionnel, éventuelle spécialisation, etc.
- Considérations sur la catégorisation et les problèmes lexicaux des objets : quel(s) terme(s) emploient-ils et pourquoi, quels sont les critères de définition de l'objet, font-ils une différence entre objet usuel et objet d'art, etc.
- Structure du marché de l'art africain et océanien : quels sont les lieux importants et pour quelles raisons, quelle est la place des objets ethnographiques sur le marché en général, quel est l'avenir de ce marché, etc.
- Liens existants avec les institutions et les marchés : quels sont les liens qu'ils entretiennent, quels sont les liens dont ils ont connaissance, comment fonctionnent-ils, ont-ils des exemples concrets, quel est leur avis sur ces échanges, etc.
- Fonctionnement des foires et de l'événementiel : quels sont les grands événements du milieu, quelle est leur utilité, quel est l'événement idéal et pourquoi, vers quoi ces foires et événements vont-ils tendre à l'avenir, etc.

Ces entretiens formels ont été tous été enregistrés et retranscrits, et des notes de ressentis ont été prises au moment des entretiens, de façon à pouvoir opérer une véritable analyse du discours et du métadiscours.

Je ne reviens pas sur les avantages et désavantage de cette collecte de donnée et me contenterai de mentionner le fait que, bien que consciente que l'analyse de discours ne peut en théorie être la seule méthode de ce terrain de recherche, elle a parfois été pour certaines catégories d'acteurs, une des seules approches possibles : pour les galeristes par exemple, la collecte de leur chiffre d'affaires ou de toute autre donnée relative à leur entreprise personnelle s'est révélée compliquée. L'entretien a donc parfois été la seule possibilité offerte d'avoir accès aux informations, avec les biais que cela peut contenir (discours orientés selon les enjeux des intervenants, informations enjolivées ou dissimulées, consciemment ou non, etc.).

Les sources écrites

Aux observations et aux entretiens s'ajoute la récolte ou la consultation de productions écrites. Elles peuvent se diviser en quatre grandes catégories : les catalogues d'expositions, les archives des institutions et des différents acteurs (bilans, rapports d'activité, projets scientifiques, budgets, etc.), les articles et la revue de presse et, finalement, le matériel écrit divers concernant l'organisation ou la promotion des événements ou de l'actualité des musées d'ethnographie et du marché de l'art.

Les catalogues sont tout d'abord de précieuses archives des dispositifs des expositions, bien que, souvent, l'entier de l'exposition n'y soit pas présenté – voire pas du tout pour les catalogues orientés davantage vers des articles scientifiques. Ils offrent cependant dans ce cas une image du projet de l'exposition et révèlent parfois les collaborations qui ont eu lieu durant le projet d'exposition, que ce soit dans sa conception, sa réalisation ou dans la publication.

Les archives des institutions ou des particuliers constituent une source précieuse d'informations quant aux budgets alloués aux acquisitions par exemple, mais aussi quant aux intérêts concernant les acquisitions ou les autres formes de relations : quels sont les grands axes que les institutions désirent privilégier ? Quels ont été les projets des galeristes ? Quels ont été leurs intérêts durant les ventes aux enchères ? Etc.

Les productions écrites autour des divers événements ont permis de réunir toutes les informations pratiques et scientifiques autour de leur organisation et ont aussi, dans de très nombreux cas, servi de base à la production des statistiques : nombre de stands à chaque foire

et salon, nombre d'objets exposés, nombre d'expositions thématiques proposées, etc.

La revue de presse effectuée durant cette recherche a eu pour objectif de réunir la majorité des articles des grands quotidiens français, belges et suisses sur les expositions des musées d'ethnographie (annonces, critiques, compte-rendu, etc.), mais aussi sur l'état du marché de l'art africain et océanien ou sur les résultats de ventes aux enchères. La recherche s'est effectuée sur l'ensemble des articles parus sur les ventes aux enchères en général (tendances, analyses du marché, etc.) du 1^{er} janvier 2000 au 31 décembre 2016, ainsi que, plus particulièrement, sur les ventes d'art africain et océanien chez Sotheby's, Christie's et Artcurial du 1^{er} janvier 2013 au 31 décembre 2016. Une deuxième recherche s'est effectuée sur les articles concernant les musées d'ethnographie et de leurs expositions et a porté uniquement sur les musées et expositions sélectionnés dans l'échantillon de recherche. Finalement, la revue de presse a aussi englobé les articles traitant des foires et des salons sélectionnés dans l'échantillon.

L'ensemble de ces sources écrites a permis d'observer dans quels cadres et sur quelles modalités les relations entre acteurs du marché et institutions ont pris place ou ont, au contraire, été inexistantes.

1.2.2 Traitement des données

En dehors de l'analyse classique des données du terrain ethnographique⁴⁸¹, quatre pistes ont été envisagées comme particulièrement pertinentes pour ce terrain de recherche : l'entrée dans les logiques et les normes du champ par l'anecdote, la transcription d'un certain nombre de données en chiffres, la mise en exergue des caractéristiques du champ par l'utilisation d'outils visuels et, finalement, l'analyse des expositions et des dispositifs selon un canevas précis basé sur des enquêtes précédemment menées en muséologie ou en histoire de l'art.

⁴⁸¹ Par exemple, le tri et le classement des données, la transformation des notes en production structurée, et donc déjà interprétative et contextualisée, l'analyse des discours et des textes, etc. Voir Howard Becker (2002) ou Leonard Schatzman et Anselm Strauss (1973).

Les histoires

Que ce soit au travers des entretiens menés dans le cadre précis de cette thèse, ou dans la quantité de textes produits au sein du champ – catalogues, textes d'expositions, flyers promotionnels, etc. – nous avons vu jusqu'ici à quel point la narration est au cœur de ce terrain d'enquête. À cela s'ajoute un grand nombre de dispositifs narratifs écrits ou oraux produits autour des objets ethnographiques lors de leur exposition ou de leur vente. Le champ de l'art africain et océanien, de même que celui de l'art contemporain comme le relève Nathalie Heinich (2014a: 9), est un milieu au sein duquel les gens discutent beaucoup, se racontent des histoires et les illustrent d'anecdotes. L'analyse de texte et de discours a donc été un outil majeur du traitement des données produites dans le cadre de cette enquête. Cependant, de façon plus spécifique encore, cette particularité a été choisie pour structurer les entretiens ainsi que leur traitement. Comme l'avait déjà fait Erving Goffman (2009 [1974]), l'entrée par l'anecdote a semblé être une voie pertinente, tant dans la production des entretiens que dans leur traitement, car comme le rappelle Nathalie Heinich (2014a: 19):

«Toute anecdote est le révélateur d'un moment de saillance dans la continuité du normal, de ce qui va de soi et n'attire donc ni l'attention, ni le récit. Pour qu'il y ait matière à anecdote, il faut qu'il y ait, même de façon mineure, entorse à la normalité du monde, accroc aux attentes, accident du vécu. À l'opposé de l'approche par la statistique, qui fait émerger la norme – au double sens de ce qui est récurrent et, parfois, de ce qui est prescrit – l'approche par l'anecdote pointe l'exceptionnel, qui acquiert un statut d'outil d'analyse non en tant qu'il serait "représentatif" mais en tant qu'il est "symptomatique": symptomatique d'une déviation par rapport à la norme et donc, en négatif, bon indicateur de celle-ci.»

L'anecdote est donc non seulement un bon outil pour pointer les «saillances» du champ, mais est aussi facile à mobiliser par les acteurs concernés pour montrer à quel point un comportement donné est à la fois représentatif du comportement général dans le champ, et en porte-à-faux avec ce qui peut sembler acceptable ou normal dans la société en général. L'anecdote contient donc en son sein toutes les caractéristiques que son locuteur juge pertinentes et illustre non seulement les pratiques et les discours spécifiques au champ, mais aussi ce que les acteurs concernés jugent comme important ou représentatif de leurs propres pratiques et de leur milieu.

Deux utilisations de l'anecdote ont donc été faites dans cette recherche : sur le terrain, premièrement, où les interlocuteurs étaient expressément invités à illustrer leur propos d'histoires et d'anecdotes qu'ils jugeaient pertinentes ; dans le traitement et la restitution de l'enquête, où j'ai choisi d'entrer dans certaines thématiques et certains axes d'enquête par des anecdotes en particulier ou d'illustrer un grand nombre d'hypothèses et de conclusions par des citations.

Les chiffres

Qualitatif et quantitatif n'ont pas été appréhendés dans cette recherche de façon opposée ou même comme fortement distincts ; je les ai davantage considérés comme des méthodes complémentaires, estimant que toute méthode quantitative contient une part de qualitatif et inversement. La volonté d'intégrer des données chiffrées dans cette enquête tient aux spécificités de ce terrain traversé par les chiffres (prix de vente, statistiques de fréquentation, estimations de prix, etc.), mais aussi à une volonté d'illustrer et de traiter de façon alternative certaines données, afin de ne pas fournir uniquement un compte-rendu narratif et explicatif. Cette volonté implique cependant de savoir ce que l'on compte, et comment, ainsi que de savoir avec quelle méthode rendre compte de ces chiffres (logiciels statistiques, diagrammes, etc.).

Trois pans importants ont été pris en considération. Tout d'abord, l'analyse des sources écrites : si celle-ci passe par une analyse de textes et de discours, elle s'appuie aussi sur une analyse quantitative concernant le vocabulaire employé, puisque, comme nous l'avons vu, la lexicographie est dans ce champ un problème récurrent et relativement insoluble. Ainsi, une analyse lexicale des sources écrites et des entretiens formels retranscrits a été effectuée grâce à Iramuteq, avec pour objectif de dégager les terminologies employées et les critères de valeur de l'objet les plus souvent cités.

Une deuxième catégorie de chiffres provient des données compilées par les entreprises d'information sur le marché de l'art, telle ArtPrice (qui ne s'intéresse cependant pas – encore – à l'art africain et océanien), TribalIndex ou Artkhade (la plus récente sur ce marché) : ces entreprises permettent de connaître les tendances du marché (rapport du marché d'ArtPrice), les évolutions des prix de vente (TribalIndex et Artkhade), la situation et l'historique du marché de l'art africain et océanien (le rapport d'Artkhade).

Finalement, la dernière catégorie de chiffres est celle des comptages effectués dans le cadre des observations de terrain : types des objets vendus et exposés et nombre des objets vendus et exposés dans les ventes et les expositions des musées d'ethnographie de l'échantillon.

Les images

Une des caractéristiques de cette enquête est non seulement de se dérouler sur plusieurs sites (Bruxelles et Paris, principalement, et la Suisse), mais aussi, au sein même de ces villes, de s'ancrer dans des lieux précis dont la géographie s'est révélée, au fil de cette recherche, primordiale. Ainsi, la majorité des galeristes sont implantés dans des quartiers précis des deux capitales (le Sablon à Bruxelles et Saint-Germain-des-Prés à Paris) et de nombreuses mentions de rues ou de quartiers sont apparues au fil de l'enquête, révélant l'importance de la territorialité et de l'organisation géographique dans la structure du marché et du champ de façon générale.

Il a donc paru important de pouvoir situer précisément les toponymes et les aires géographiques concernées, de même que les différents lieux où se développent les concurrences ou collaborations. Ainsi, la cartographie a été un outil majeur de visualisation non seulement des lieux tels qu'ils existent, mais aussi des lieux tels qu'ils sont perçus par les différents acteurs du champ (proximité, éloignement, collaborations, concurrence, importance au sein du marché, etc.). C'est pourquoi ce terme est aussi employé au chapitre 4 pour désigner les caractéristiques du champ, leur articulation et leur fonctionnement, bien qu'au final l'exercice s'apparente moins à une cartographie des relations – beaucoup trop complexe vu la multiplication des informations – qu'à une description des acteurs et de leur(s) rôle(s).

Ces trois méthodes de traitement des données permettent d'utiliser au mieux les informations récoltées. Il est nécessaire de noter qu'elles ne sont pas égales pour chaque catégorie d'acteurs ou d'institutions de l'échantillon d'enquête : ainsi, les galeristes ont été beaucoup plus facilement approchables pour des entretiens que les responsables de département des maisons de ventes aux enchères, par exemple. Lors de l'analyse, leur parole peut sembler en conséquence plus présente que celle des autres ; il convient de se rappeler que cela s'équilibre avec les autres types de données et leur traitement mentionnés ici, comme les statistiques ou la cartographie.

Annexe 2 : descriptifs et informations utilisées dans la recherche

2.1 Dates clés des institutions belges, françaises et suisses :

1799. Création de la Société des observateurs de l'Homme.

1878. Exposition universelle de Paris.

1878. Création du Museum ethnographique des missions scientifiques à Paris.

1880. Ce Museum devient le musée du Trocadéro de Paris.

1881. Charles Knapp lance l'appel aux collections ethnographiques à Neuchâtel.

1892. Création du département d'ethnographie au Musée historique de Neuchâtel.

1897. La section coloniale de l'exposition universelle de Bruxelles est établie à Tervuren.

1898. Première vente aux enchères publique d'arts d'Afrique noire, composée notamment des pièces issues de l'expédition punitive au Bénin menée par les Anglais.

1901. Fondation du Musée d'ethnographie de Genève, avec à sa direction Eugène Pittard.

1904. Le département d'ethnographie du Musée historique de Neuchâtel est détaché et devient indépendant. Il déménage à la Villa de Pury : cette date est considérée comme la date de fondation du MEN, avec à sa direction Charles Knapp.

1905-1908. La section coloniale de l'exposition universelle de Bruxelles est transformée en musée du Congo belge.

1914. Première exposition en galerie (galerie Alfred Stieglitz) par Marius Zayas des objets de Paul Guillaume dans l'exposition *Statuary in wood by African Savages: the roots of Modern art*.

1916. Exposition «Lyre et Palette» dans l'atelier du peintre suisse Émile Lejeune : présentation d'œuvres cubistes avec 25 objets africains et océaniques prêtés par Paul Guillaume, et publication d'un catalogue.

1918. Création par Paul Guillaume de la revue «Les arts à Paris».

1919. Exposition organisée par Paul Guillaume à la galerie Devambez «Première exposition d'art nègre et d'art océanien» en parallèle d'une «fête nègre» au Théâtre des Champs-Élysées.

1920. Création de la Fondation Barnes à New York.
1920. Enquête de Félix Fénéon « Enquête sur les arts lointains : iront-ils au Louvre ? ».
1925. Création de l'institut d'ethnologie à Paris.
1926. Publication de l'ouvrage *Primitive Negro Sculpture: Illustrations from the collection of the Barnes Foundation at Merion* par Paul Guillaume.
1928. Rattachement du musée du Trocadéro au Museum d'histoire naturelle de Paris.
1928. Dispersion de la collection du collectionneur belge Henri Pareyn.
1929. Exposition de cent vingt-six peintures et sculptures modernes et d'art nègre chez Bernheim Lejeune à Paris.
1930. Exposition à la galerie Pigalle par Ratton et Tzara. Le musée du Trocadéro prête des objets pour l'occasion.
1931. Exposition coloniale à Paris.
- 3 juillet 1931. Dispersion aux enchères des collections Éluard et Breton.
- 13 décembre 1931. Dispersion aux enchères de la collection de Miré.
- 1931-1933. Expédition Dakar-Djibouti du musée du Trocadéro.
1932. Exposition sur les bronzes du Bénin au Trocadéro.
1933. Exposition internationale de Chicago. Charles Ratton prête des œuvres.
1933. Expédition en Angola du Musée d'ethnographie de Neuchâtel, menée par Théodore Delachaux.
- 1934-1935. Exposition *African Negro Art*, MoMA (New York).
1935. Le musée des Colonies devient le musée de la France d'outre-mer
1936. Exposition de Charles Ratton sur les ivoires esquimau et expositions d'objets ethnographiques à la galerie Matisse.
- Mai 1936. Exposition surréaliste d'objets à la galerie de Charles Ratton avec André Breton et René Magritte.
1937. Exposition universelle à Paris.
1937. Le Musée d'ethnographie du Trocadéro devient le musée de l'Homme.
1937. Création de la Société des Amis du musée de l'Homme.
1938. Fondation de la galerie Louis Carré.

1947. Vente de la collection Félix Fénéon à l'Hôtel Drouot de Paris par Charles Ratton et André Portier.
1953. Sortie du film *Les statues meurent aussi* (tourné en 1951) de Chris Marker et Alain Resnais.
1957. Fondation du Museum of primitiv art à New York (par Rockfeller) qui deviendra en 1982 l'aile Rockfeller après sa donation.
1960. Le musée du Congo devient le Musée royal de l'Afrique centrale.
1966. Vente de collection Helena Rubinstein à New York.
1968. Christie's s'installe à Genève.
1969. Sotheby's s'installe à Zurich.
1976. Sotheby's s'installe à Genève.
1978. L'Hôtel des ventes de Genève ouvre.
1982. Rockfeller fait don de sa collection au MoMA.
1986. Création de la Fondation Dapper à Paris.
1989. Exposition «Les Magiciens de la Terre» au Centre Pompidou à Paris.
1990. La statue de la reine bangwa est vendue à Sotheby's New York pour 3,4 millions de dollars (2,7 millions d'euros).
2000. Ouverture du Pavillon des Sessions au musée du Louvre.
2001. Loi de réforme des ventes publiques en France (ouverture du marché des commissaires-priseurs).
2001. Christie's et Sotheby's rapatrient à Paris certains départements.
2006. Ouverture du musée du quai Branly – Jacques Chirac.
2006. Vente de la collection Vérité à l'Hôtel Drouot. Le Masque Ngil fang est vendu 5,9 millions d'euros.
2014. Réouverture du Musée d'ethnographie de Genève.
2014. La statue sénoufo féminine debele est vendue à Sotheby's New York pour 12 millions de dollars. C'est le record actuel des départements d'art tribal des maisons de ventes aux enchères.
2015. Réouverture du musée de l'Homme à Paris.
2017. Réouverture du Musée d'ethnographie de Neuchâtel.
2018. Réouverture du Musée royal de l'Afrique centrale.

2.2 Les musées

Le musée royal de l'Afrique centrale

Le musée du Cinquantenaire de Bruxelles est construit pour l'Exposition nationale de 1880 et l'actuel Musée royal de l'Afrique centrale à Tervuren est issu de l'Exposition internationale de 1897 à Bruxelles. Le roi Léopold II profite de l'organisation de l'exposition pour présenter une section sur le Congo belge. Pour cette occasion, le Palais des Colonies est construit à Tervuren et un village congolais constitué de cases se tient dans le parc alentour. À la suite de l'exposition, le roi décide de maintenir le Palais des Colonies et cette section coloniale à Tervuren et le transforme en musée du Congo belge en 1898, à la fois musée et institut de recherche.

Du côté belge, le musée du Congo inauguré en 1898 à la suite de l'Exposition internationale à Tervuren est devenu, en 1910 à la suite de l'Exposition universelle, le musée du Congo belge après une demi-décennie de travaux pharaoniques. Notons que ces travaux n'ont pas été achevés selon les vœux du roi Léopold II commanditaire de l'époque, puisqu'à sa mort en 1909 la décision est prise de mettre fin à tous travaux supplémentaires. Ainsi, le bâtiment du musée ne sera pas livré avec les fresques prévues par son architecte, Girault, et les pavillons chinois et japonais qui devaient venir compléter ce « Versailles belge » ne verront pas le jour.

Le musée du quai Branly – Jacques Chirac – Résumé des rapports d'activité du musée du quai Branly – Jacques Chirac (2013-2016)

Tableau 10. Chiffres clés du rapport d'activité du musée du quai Branly – Jacques Chirac (2013-2016).

	2016	2015	2014	2013
Visiteurs	1 151 922	1 301 277	1 495 817	1,3 million
Visiteurs scolaires	112 249	126 245	212 653	223 763
Abonnés twitter	260 730	-	-	-
Part des 18-25 ans	13,7 %	16,8 %	17,7 %	
Sessions sur le site	1 668 964	1 962 089	2 307 023	

Tableau 11. Gestion administrative et budget.

	2016	2015	2014	2013
Recettes de fonctionnement	53,2 millions	53,5 millions	53,9 millions	54,7 millions
Subventions ministérielles	44 millions	42,3 millions	42,4 millions	44,9 millions
Recettes billetteries	2 925 981	3 552 346	6 774 617	4 697 572
Location d'espaces	856 730	452 370	dans la ligne billetterie	idem
Tournées d'expositions	749 201	547 766	Non renseigné	
Mécénat	1 088 232	857 600	2 580 652	2 584 019
Dépenses de fonctionnement	50 millions	50,3 millions	50,9 millions	50,4 millions
Personnel RH	16 millions	15,7 millions	15,8 millions	15,3 millions
Dépenses Acquisitions	1 709 790	1 471 771	0,6 million	0,8 million
Subventions ministérielles pour acquisitions	0,8 million	0,6 million	0,6 million	0,8 million

Tableau 12. Chiffres concernant la collection et la recherche scientifique.

	2016	2015	2014	2013
Acquisitions	1245	493		Pas de chiffres, mais des détails sur certaines pièces
dont objets	237	294	76	
dont iconographie	1008	199	846	
dont dons	64	106	31	2695 (hors SDA)
Dépôts : objets restitués	126	191	0	-
Dépôts : objets renouvelés	79	153	25	-
Dépôts : objets nouveaux	8	60	13	-

MUSÉES ET MARCHÉS

	2016	2015	2014	2013
Nombre d'objets indiqués volés	97	-		-
Opérations vitrines AF	64	-	102 vitrines modifiées	-
Opérations vitrines OC	45	-	-	-
Opérations vitrines AM	32	-	-	-
Opérations vitrines AS	18	-	-	-
Restaurations traitées en interne	141	93	144	133
Restaurations sous-traitées	462	207	213	230

Tableau 13. Chiffres concernant les manifestations scientifiques.

	2016	2015	2014	2013
Colloques	7	10	10	10
Enseignements MA	20	20	27	27
Enseignement BA	8	8	3	3
Enseignement doctorat	16	16	10	10

Tableau 14. Chiffres concernant les publics et la communication.

	2016	2015	2014	2013
Expositions temporaires	7	4	7	7
Installations	3	3	3	3

Tableau 15. Chiffres concernant les expositions.

Expositions 2013	Philippines	Kanak	Cheveux chéris	Nocturnes de Colombie	Paul Jacoulet	Charles Ratton	Secrets d'Ivoire
Nombre d'objets présentés	331	318	236	87	239	209	242
Nombre de prêteurs	42	38	25	4	1	23	1
Expositions 2014	Indiens des plaines	Mayas	Atlantique Noire	Bois sacré	Tiki Pop	Éclat des Ombres	Tatoueurs, Tatoués
Nombre d'objets présentés	133	385	175	63	573	191	314
Nombre de prêteurs	57	21	6	11	32	18	77
Expositions 2015	Maîtres Côte d'Ivoire	Sepik	Esthétique de l'Amour	Inca et conquistador			
Nombre d'objets présentés	332	229	174	121			
Nombre de prêteurs	52	15	4	9			
Expositions 2016	Mata Hoata	Color line	Persona	Chamanes	Jacques Chirac	Éclectique	Art et christianisme
Nombre d'objets présentés	361	200	242	265	168	60	104
Nombre de prêteurs	41	56	31	4	158	1	15

Tableau 16. Chiffres concernant la provenance des publics.

Provenance du public	2016	2015	2014	2013
Français	83 %	83 %	84 %	83 %
dont Parisiens	31 %	29 %	30 %	29 %
dont Franciliens hors Paris	27 %	29 %	29 %	25 %
dont autres régions	25 %	25 %	25 %	29 %
Étrangers	17 %	17 %	18 %	18 %
Site web				
Visites	1 668 964	1,6 million	2,31 millions	1 755 885
Visiteurs uniques	1 125 910			
Trafic mobile et tablettes	40 %	30 %		
Abonnés Facebook	130 959	106 903	96 086	47 000
Abonnés Twitter	260 730	189 907	98 500	16 000
Collecte mécénat	1 965 281	1 489 937	1 977 848	2 448 859
Recettes location espaces	867 550	500 250		

Tableau 17. Chiffres concernant la Société des amis du musée.

	2016	2015	2014	2013
Adhérents	380	400		389
Cercle CLS	22	22		20
Cercle pour la Photographie	15	7		-
Grands Bienfaiteurs	3	2	-	-
Acquisitions grâce à la SDA	Inv : 70.2016.9.1-3	Inv : 70.2015.44.1 Inv : 70.2015.29.1 Inv : 70.2015.24.1 et ornement de Proue sans numéro d'inventaire	Aucune, mais 5 restaurations	Inv : 70.2013.25.1 Masque cubeo

Le musée de l'Homme

Du côté français, si Edme François Jomard milite pour la création d'un musée d'ethnographie à Paris dès le début du XIX^e siècle (Jomard, 1831, 1845), c'est grâce à Ernest-Théodore Hamy et à l'Exposition universelle de 1878 que le Musée d'ethnographie du Trocadéro, de son nom officiel Muséum ethnographique des missions scientifiques, est inauguré en 1880. Les collections hétéroclites rassemblent des objets de diverses provenances, la plupart issus de collections privées réunies par Ernest-Théodore Hamy pour l'exposition temporaire présentée lors de l'Exposition universelle. À ceux-ci viennent s'ajouter les objets du musée de la Marine puis de diverses autres institutions. Dans son ouvrage de 1890, *Les origines du Musée d'ethnographie*, Hamy expose les principes muséographiques du musée du Trocadéro : une classification associant biologie et ethnologie, inspirée des musées d'histoire naturelle, et fondée sur l'utilité de chaque objet, comme le préconisait Jomard dans son modèle de classification élaboré en 1830⁴⁸².

2.3 Les foires belges et françaises

Le Brussels non european art fair (Bruneaf)

Tableau 18. Détails de la foire Bruneaf entre 2014 et 2016.

Édition	Exposants	Exposition	Invité d'honneur
Janvier 2014	31	Aucune	Raoul Lehuard
Juin 2014	[donnée manquante]	Art de la Nouvelle-Guinée	Aucun
Janvier 2015	33	Aucune	Mia van Bussel
Juin 2015	48	Uzuri wa Dunia: Belgian treasures	Fondation Sindika Dokolo
Janvier 2016	32	Aucune	Huguette Van Geluwe
Juin 2016	70 (avec BAAF et AAB)	Trésor du Mandé Médiéval et Les bois qui murmurent : La grande statuaire Lobi	Aucun

⁴⁸² Pour un développement plus conséquent de l'histoire du Musée d'ethnographie du Trocadéro, voir Nélia Dias (1991) et Nina Gorgus (2003).

Le Brussels Non European Art Fair (Bruneaf) est fondé en 1983, sur l'initiative du marchand Pierre Loos qui inaugure alors sa galerie Ambre à Bruxelles. Une poignée de marchands de la place du Sablon à Bruxelles⁴⁸³ crée alors « les premières “Portes Ouvertes sur les arts non européens” »⁴⁸⁴. Les premières éditions ne réunissent que des galeries du quartier, mais bien vite l'événement rallie des collègues antiquaires de toute la Belgique, puis dès 1996 la foire devient internationale et accueille des marchands de l'étranger. Le fondateur, Pierre Loos, revient sur cette naissance :

*« Je crée une dynamique pour l'ouverture de ma galerie rue des Minimes en 83 en invitant quelques amis à partager une petite affichette que l'on fait nous à la main. C'est un succès, on me demande de le refaire, je le refais pendant trois ans. Des cinq courageux du début, on se retrouve à dix-douze. Je me dis que ça devient trop compliqué et qu'il faut qu'on se monte en association. Puis ça explose, donc on est de plus en plus nombreux. J'ai l'idée de demander à des confrères non marchands d'art premier s'ils ne veulent pas partir une semaine en vacances et louer leur galerie à des marchands étrangers : c'est comme ça qu'on crée le vernissage commun qui devient aujourd'hui Bruneaf et dont j'ai assuré la présidence jusqu'à il y a trois ans. Aujourd'hui, j'ai passé la main à Didier Claes. »*⁴⁸⁵

L'objectif de la foire est de « promouvoir l'exceptionnelle richesse des arts premiers dont ils [les antiquaires] sont les ambassadeurs »⁴⁸⁶. Depuis 2011, la foire est dédoublée chaque année : un Winter Bruneaf prend place en janvier, parallèlement à l'événement qu'est la foire Brafa, et le Bruneaf dit « classique » se déroule en juin.

En 2013, suite à des divergences internes à l'association Bruneaf et à des rumeurs de malversations, la crédibilité de la foire est affaiblie et son directeur et fondateur Pierre Loos démissionne. De façon générale, les galeristes s'accordent sur le fait que la foire est alors en perte de vitesse et n'a plus les moyens d'enrayer la montée en puissance de sa concurrente directe : le Parcours des Mondes à Paris.

⁴⁸³ Voir carte 1, carte du Sablon, p. 159.

⁴⁸⁴ Introduction tirée du site de Bruneaf : www.bruneaf.com, en octobre 2015.

⁴⁸⁵ Entretien avec Pierre Loos à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

⁴⁸⁶ www.bruneaf.com, consulté en octobre 2015.

Un nouveau comité est alors réélu, avec à sa tête son ancien vice-président, le galeriste Didier Claes, qui met en place une politique de revalorisation de la foire.

L'association amorce alors une réflexion sur le format de la foire et, depuis 2013, ce format est resté relativement inchangé : la foire s'étend deux fois par an sur, à chaque fois, quatre jours pleins et une demi-journée de vernissage.

Pour la version estivale, comme lors des foires précédentes, une exposition accompagnée d'un catalogue est organisée autour d'une thématique précise généralement liée à un invité d'honneur (voir tableau 18). Dans sa campagne de communication, le comité met en avant deux éléments : la création d'un comité d'experts et l'exportation de la foire à Hong Kong, avec une première édition en mai 2014.

La première édition à mettre en œuvre ce système et à mobiliser le comité d'experts est la version hivernale de la foire 2014 qui se déroule du 22 au 26 janvier avec 31 participants appartenant à vingt-cinq catégories⁴⁸⁷, thématiques ou géographiques. Notons que de manière générale, la version hivernale mobilise un nombre bien moins conséquent d'exposants que sa version estivale.

Cependant, aucune des deux initiatives majeures soulignées par les membres de Bruneaf ne se révèle transformer radicalement la structure de la foire : la franchise chinoise n'a en effet connu aucune suite et n'a pas modifié substantiellement le déroulement de sa grande sœur bruxelloise, bien qu'elle témoigne des velléités des galeristes à s'exporter à l'international et à ouvrir de nouveaux marchés⁴⁸⁸. Les observations n'ont pas non plus révélé de changements importants dans la constitution d'un comité d'experts.

⁴⁸⁷ Les catégories sont les suivantes : Africanisme, Afrique centrale, Afrique de l'Est, Afrique du Sud, Afrique occidentale, Amérique centrale, Amérique du Nord, Amérique du Sud, Archéologie, Armes, Art contemporain, Asie du Sud-Est, Bijoux, Ethnographie, Extrême Orient, Indonésie, Livres, Monnaie, Océanie, Peintures, Photographies, Proche Orient, Soilage, Textiles, Ventes publiques.

⁴⁸⁸ Voir les intérêts des marchands pour les marchés émergents chapitre 4, point Justifier les critères de valeur.

Le Parcours des Mondes

Tableau 19. Détails de la foire *Parcours des Mondes*.

Édition	Total exposants	Exposants art africain ou/océanien	Expositions thématiques signalées	Catalogues Signalés ⁴⁸⁹	Exposants non-résidents
Septembre 2014	70	57	36	19	27
Septembre 2015	86	59	33	15	52
Septembre 2016	77	64	27	17	54

Souvent comparé à Bruneaf, désigné comme son concurrent direct, le *Parcours des Mondes* de Paris est cependant beaucoup plus récent. Créé en 2002, dans le quartier des galeries de Saint-Germain-des-Prés⁴⁹⁰, la foire est rachetée en 2008 par Pierre Moos, directeur de la revue *Tribal Art Magazine*. C'est l'association Tribal Art Management qui gère la foire. Lors du rachat, une exposition sur la collection Durand-Dessert est organisée à la Monnaie de Paris – dont la proximité avec les galeries du *Parcours* est idéale pour le visiteur⁴⁹¹ – et le commissariat de l'exposition est confié à Elena Martinez-Jacquet, rédactrice du magazine. Celle-ci explique que le développement d'une politique d'expositions liées au *Parcours* n'avait pas pour objectif de se différencier des autres foires⁴⁹²; Bruneaf, encore une fois, développait déjà des expositions en parallèle de ses événements. En revanche, la volonté était marquée de se différencier des éditions précédentes du *Parcours* et de développer considérablement sa fréquentation alors stagnante.

⁴⁸⁹ Notons que tous les galeristes ne signalent pas l'existence d'une exposition thématique ou d'un catalogue. Ainsi, ces chiffres sont susceptibles d'être plus élevés et doivent être pris comme des *minima*.

⁴⁹⁰ Voir carte 2. Carte de Saint-Germain-des-Prés, p. 160.

⁴⁹¹ Voir carte 2. Carte de Saint-Germain-des-Prés, p. 160.

⁴⁹² Entretien avec Elena Martinez-Jacquet à Paris, le 27 novembre 2015.

La foire prend peu à peu une importance croissante, comme en témoigne l'intérêt de la presse à son sujet qui la proclame « *plus important salon des arts premiers* »⁴⁹³, consacrant Paris comme « *capitale des arts premiers* »⁴⁹⁴. Pour ses organisateurs, la foire est effectivement le « *plus important salon d'arts premiers international, par le nombre la qualité et la diversité de ses participants* »⁴⁹⁵. En effet, le salon regroupe entre soixante et soixante-dix exposants d'art africain et océanien en 2013 et 2014 (voir tableau 19), la plus grande concentration de galeristes de cette spécialité en Europe. La fréquentation du salon est toujours qualifiée de croissante et de foisonnante par ses organisateurs⁴⁹⁶, mais aucun chiffre n'est certifié et il est dans les faits difficiles de compter un public dans un circuit à ciel ouvert sans entrée ni sortie. De son côté, Bruneaf souffre d'une baisse de fréquentation constatée par la majorité des acteurs, bien que ces derniers nuancent aussi l'importance de ce facteur en ajoutant la qualité des acheteurs, les montants investis et le nombre de pièces vendues.

Paris Tribal et Thema

Tableau 20. Détails de la foire Paris Tribal.

Édition de Paris Tribal	Nombre d'exposants
Avril 2014	25
Avril 2015	21
Avril 2016	23

⁴⁹³ « Parcours des Mondes, le plus important Salon des arts premiers », *Les Échos*, 11 septembre 2013.

⁴⁹⁴ « Paris, capitale de l'art primitif africain », *Les Échos*, 8 juin 2000 ; « Paris, capitale de l'Afrique », *Les Échos*, 20 mai 2005 ; « Paris : capitale du marché de l'art primitif », *La Tribune*, 16 juin 2006 ; « Paris, capitale des arts premiers », *Le Figaro*, 10 septembre 2009 ; « Paris, capitale de la vente d'art africain », *Le Monde*, 18 juin 2013 ; « Parcours des Mondes : l'art tribal en capitale », *Le Figaro*, 11 septembre 2013 ; « L'art tribal en capitale », *Le Figaro Économie*, 11 septembre 2014. Notons que ces titres connaissent une grande popularité particulièrement entre 2006 et 2014, années qui correspondent aux grandes ventes aux enchères d'art africain et océanien.

⁴⁹⁵ Extrait du texte d'introduction, disponible sur le site www.parcours-des-mondes.fr [consulté le 17 avril 2018].

⁴⁹⁶ Communiqués de presse du Parcours des Mondes, Agence Colannes, disponible en ligne sur le site www.parcours-des-mondes.fr [consulté le 17 avril 2018].

La foire Paris Tribal est lancée en avril 2014 par vingt-cinq galeristes du quartier de Saint-Germain-des-Prés à Paris. Si la foire est d'abord réservée aux résidents permanents du quartier de Saint-Germain, ce qui en faisait sa principale différence avec le Parcours des Mondes de septembre, il est intéressant de noter que cette caractéristique disparaît en 2017 : la foire s'ouvre en effet à quatre galeries étrangères, invitées à exposer dans des galeries résidentes. Si Paris Tribal reste bien plus réduite que sa grande sœur Parcours des Mondes, elle se profile de plus en plus comme son complément direct, voire comme un dédoublement du concept, comme Bruneaf l'avait lancé en 2011 en déclinant sa formule en une version hivernale et estivale. Cette stratégie permet de confirmer la place de Paris dans le paysage des foires d'art africain et océanien – et par conséquent des événements dédiés. En effet, bien que le Parcours des Mondes soit reconnu comme un des rendez-vous les plus importants – voire le plus important – du marché, Paris ne comptait que cette foire entièrement dédiée à l'art africain et océanien et la Biennale de Paris tous les deux ans, ce qui peut être considéré comme relativement pauvre au vu de sa revendication de « capitale des arts premiers »⁴⁹⁷. Bruxelles compte en effet annuellement deux éditions de Bruneaf, une foire générale d'envergure internationale (la Brafa) et deux événements ponctuels plus intimistes (le Brussels Art Square et Thema), ce qui permet de donner rendez-vous aux potentiels acheteurs en janvier, juin, septembre et novembre.

Thema, lancée en 2011 à Bruxelles dans le quartier du Sablon, par le fondateur de Bruneaf Pierre Loos, met davantage en avant le dispositif d'exposition et propose « un marchand, un thème » à retrouver annuellement en novembre. Comme Paris Tribal, la foire se déroule uniquement chez les galeristes résidents du Sablon, avec un nombre limité de galeries. La communication est extrêmement réduite, ce qui pousse à conclure à une foire principalement dédiée à une clientèle fixe et déjà avertie, voire à un échange purement inter-marchands.

⁴⁹⁷ C'est, bien entendu, sans compter les ventes aux enchères dont le développement s'opère majoritairement à Paris et dont l'importance dans le paysage événementiel du champ n'est pas à sous-estimer (voir chapitre 2, point Paris – Bruxelles : entre concurrence et émulation, p. 165).

La Brussels Antiques and Fine Arts Fair (Brafa)

Tableau 21. Détails de la foire Brafa.

Édition	Total exposants	Exposants d'art africain et océanien	Fréquentation
Janvier 2014	132	7	55 000 ⁴⁹⁸
Janvier 2015	127	8	55 000
Janvier 2016	138	9	58 000

La Brafa, anciennement Foire des Antiquaires de Belgique, se déroule tous les ans en janvier à Bruxelles dans les 15 400 mètres carrés du bâtiment Tour et Taxis⁴⁹⁹ et est accessible pour le visiteur classique au prix de vingt-cinq euros⁵⁰⁰. Fondée en 1956 par la Chambre des Antiquaires de Belgique, elle occupe d'abord la Galerie Louise à Bruxelles, puis le Palais des Beaux-Arts de Bruxelles. Elle est une des plus anciennes foires du monde, après celle de Londres et de Delft. Elle se double d'une exposition qui jouit depuis 2009 du Haut Patronage de Sa Majesté la Reine Paola.

Avec une fréquentation en hausse constante depuis sa création – elle est passée de 46 000 visiteurs en 2013 à près de 60 000 en 2016 – la foire se positionne comme une des foires internationales d'art les plus importantes du monde. Formée d'un conseil d'administration, dans lequel le galeriste Didier Claes siège à la vice-présidence depuis 2014, la foire possède un large comité d'experts (plus de cent) sur lequel elle s'appuie pour accepter ou non les candidatures des exposants. Volontairement éclectiques, les organisateurs cherchent à différencier les exposants sur deux axes : leur origine – quinze pays sont représentés –⁵⁰¹, et leur spécialité, avec vingt catégories artistiques, dont l'entrée récente de la bande dessinée. L'art africain et l'art océanien y sont représentés depuis de nombreuses années. Le processus de sélection est réputé assez strict et les prix des stands

⁴⁹⁸ Des chiffres fournis par les communiqués de presse de la foire.

⁴⁹⁹ Le bâtiment doit son nom à ses anciens propriétaires, la famille princière von Thurn und Taxis dont un de ses membres fut nommé ministre des Postes sous le règne des Habsbourg. À ce titre, il fit de Bruxelles le centre du réseau postal entre différentes villes européennes et la ville de Bruxelles acquit à la fin du XIX^e siècle un terrain afin d'implanter son nouveau centre de distribution ; le bâtiment vit le jour en 1909.

⁵⁰⁰ Au tarif standard journalier.

⁵⁰¹ Allemagne, Belgique, Canada, Espagne, États-Unis, France, Grande-Bretagne, Grèce, Hongrie, Italie, Japon, Luxembourg, Monaco, Pays-Bas, Suisse.

relativement élevés, comme à la Biennale de Paris. Par conséquent, le public est assuré de visiter les galeries appartenant au segment économiquement fort du marché et possédant un fond et des réserves élevés :

« Les stands sont extrêmement chers, donc tout de suite on sait que c'est le haut du panier, au niveau économique en tout cas, avec des objets qu'ils doivent vendre, donc qui doivent être assez intéressants, de grande valeur historique, économique, artistique... »⁵⁰²

Brafa compte selon les éditions entre cent et cent trente-trois exposants, dont neuf stands d'art africain et océanien, ce qui représente un pourcentage honorable pour son vice-président Didier Claes, galeriste d'art africain et aussi président de la foire Bruneaf. Pour ce dernier, Brafa est à l'avant-garde dans la place accordée aux arts africains⁵⁰³ :

« Je m'occupe spécialement du département africain, car on est quand même neuf, donc un peu moins de 10% des membres. Brafa, c'était la première foire à faire un vrai groupe de marchands d'art africain et on est arrivés à neuf exposants de qualité. Pour moi, c'est une grande satisfaction. »⁵⁰⁴

Cette assertion résonne avec la politique de sa concurrente parisienne, la Biennale de Paris où le nombre de stands consacrés à l'art africain et océanien est beaucoup plus réduit.

La Biennale de Paris

Tableau 22. Détails de la foire Biennale des Antiquaires.

Édition	Total exposants	Exposants d'art africain et océanien	Fréquentation
Septembre 2014	88	2	75 000 ⁵⁰⁵
Septembre 2016	124	3	30 000

⁵⁰² Entretien avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

⁵⁰³ Il est intéressant de noter ici que le discours se focalise de plus en plus sur l'art africain, la spécialité océanienne ou asiatique n'étant plus du tout abordée lorsque l'on parle de la place de ces stands dans la foire en général.

⁵⁰⁴ Entretien avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

⁵⁰⁵ Ces chiffres fournis par les communiqués de presse de la Biennale ont été contestés et accusés d'être gonflés. Voir l'article de *Le Figaro* (19.09.2016), « Biennale des Antiquaires : la douloureuse heure des comptes », par Béatrice Rochebouët.

Le Syndicat national des Antiquaires (SNA) organise depuis 1962 – six ans après la création de son équivalent belge – la Biennale des Antiquaires de Paris. Annuelle depuis 2017, la foire est renommée pour l’occasion Biennale de Paris⁵⁰⁶ et se déroule depuis tous les ans en septembre, au Grand Palais. Elle est composée d’un comité d’organisation et d’un comité d’honneur, ainsi que d’un comité d’admission des œuvres – l’équivalent du comité d’experts de la Brafa.

La Biennale réunit en moyenne une centaine d’exposants, cependant seuls deux ou trois stands sont consacrés à l’art africain et océanien. En 2014, il s’agissait des galeries Bernard Dulon et Didier Claes, tous deux galeristes d’art africain, avec, en 2016, l’arrivée d’Anthony Meyer, spécialiste de l’art océanien. Pour les marchands, la Biennale n’a pas encore assis sa place dans cette spécialité et brasse un public peu averti, voire parfois considéré comme très superficiel :

« On va dire que la Biennale et Maastricht se cherchent une place, j’ai eu cette impression-là, c’est-à-dire qu’il y a plus une clientèle bling-bling classique qu’on essaye d’amener à l’art primitif, mais c’est encore un marché qui doit prendre. »⁵⁰⁷

La Brafa et la Biennale sont toutes deux des foires d’envergure internationale, regroupant des exposants et attirant un public du monde entier. Cependant, toutes les foires d’art ou événements généralistes n’ont pas cette envergure, en taille et en objectifs. La dernière foire générale d’art ouvrant ses portes à l’art africain et océanien – ou est-ce l’inverse ? – se déroule à Bruxelles, dans un cadre beaucoup plus restreint et intime : il s’agit du Brussels Art Square.

Le Brussels Art Square (BAS)

Le Brussels Art Square, organisé par l’association du même nom, se tient tous les ans en septembre, pendant un week-end, dans le quartier des Sablons à Bruxelles. Elle s’organise, comme le Parcours des Mondes, Bruneaf, Paris Tribal ou Thema, en un parcours dans les galeries membres ; comme ces foires, elle est aussi gratuite. Cependant, elle n’est

⁵⁰⁶ Le comité a bien décidé de conserver le terme de Biennale et a simplement supprimé la mention des antiquaires, jugée trop réductrice par rapport aux types d’exposants.

⁵⁰⁷ Entretien avec Judith Schoffel de Fabry et Christophe de Fabry à Paris, le 15 juillet 2014.

pas spécialisée dans l'art africain et océanien. Les organisateurs définissent la plus-value de la foire par l'invitation à chaque édition d'un pays étranger : le Royaume-Uni en 2014, l'Espagne en 2015 et l'Italie en 2016. Chaque galeriste résident invite un collègue du pays choisi ; cependant, tous ne jouent pas le jeu. Sur l'édition 2015, pour quarante-sept galeristes résidents, seules dix-sept galeries espagnoles étaient invitées. Sur la totalité de ces exposants, cinq étaient des galeristes d'art africain et océanien, soit un peu plus de 10 % des exposants et trois d'entre eux avaient invité une galerie étrangère.

Table des graphiques

Graphique 1. Part des différents pays dans les importations mondiales d'objets d'art 1967-1998 (en pour cent), issu de Guex, 2002.....	114
Graphique 2. Part des différents pays dans les exportations mondiales d'objets d'art 1967-1998 (en pour cent), issu de Guex, 2002.....	115
Graphique 3. Nombre de lots mis à la vente selon les catégories de prix (en euros) à Christie's et Sotheby's en 2015.....	125
Graphique 4. Nombre de lots mis à la vente selon les catégories de prix (en euros) à Christie's et Sotheby's en 2016.....	126
Graphique 5. Nombre de lots vendus dans chaque catégorie de prix (en euros) par les maisons de ventes aux enchères en 2014 – sauf Sotheby's et Christie's.....	181
Graphique 6. Nombre de lots vendus dans chaque catégorie de prix (en euros) par les maisons de ventes aux enchères en 2015 – sauf Sotheby's et Christie's.....	181
Graphique 7. Nombre de lots vendus dans chaque catégorie de prix (en euros) par les maisons de ventes aux enchères en 2016 – sauf Sotheby's et Christie's.....	182
Graphique 8. Évolution des prix moyens des enchères par maison et par an et répartitions des maisons de ventes.....	183
Graphique 9. Origine des objets par continent dans les expositions des ventes aux enchères de l'échantillon de recherche.....	294

Graphique 10. Origine des objets par continent dans les expositions permanentes des musées d'ethnographie de l'échantillon de recherche.	295
Graphique 11. Origine des objets africains présentés lors des expositions de ventes aux enchères de l'échantillon de recherche.	296
Graphique 12. Origine des objets par continent dans les expositions des galeries de l'échantillon de recherche.....	297
Graphique 13. Origine des objets africains et leurs répartitions dans les expositions des galeries de l'échantillon de recherche.....	298

Table des cartes

Carte 1. Carte des galeries du Sablon, Bruxelles.	159
Carte 2. Carte des galeries de Saint-Germain-des-Prés, Paris.....	160

Table des figures

Figure 1. Vue de l'exposition <i>Éclectique</i> , musée du quai Branly – Jacques Chirac. Photo A. D.....	263
Figure 2. Vue du stand de Bernard Dulon, Parcours des Mondes, 2014. Photo A. D.....	263
Figure 3. Cartel d'une sculpture de l'exposition <i>Jacques Chirac ou le dialogue des cultures</i> , musée du quai Branly – Jacques Chirac, octobre 2016. Photo A. D.....	287
Figure 4. Vue sur le bureau de Bernard Dulon, Brafa 2016. Photo A. D.....	291
Figure 5. Vue sur le bureau de Serge Schoffel, Brafa 2016. Photo A. D.....	292
Figure 6. Exemple de monochromie : vue générale de l'exposition <i>Les Maîtres de la sculpture</i> (musée du quai Branly – Jacques Chirac, 2015). Photo A. D.....	302
Figure 7. Vue d'un espace du plateau des collections du musée du quai Branly – Jacques Chirac et des jeux d'ombres provoqués par l'éclairage zénithal artificiel. Photo A. D.....	303
Figure 8. Vue de l'éclairage de l'exposition <i>Chefs-d'œuvre d'Afrique</i> à la Fondation Musée Dapper. Photo A. D.....	304
Figure 9. Vitrine sans verre au stand de la galerie Bernard Dulon à la Brafa 2014. Photo A. D.....	305

Figure 10. Vue d'une vitrine de la galerie Bernard Dulon au Parcours des Mondes 2015. Photo A. D.....	306
Figure 11. Vue des vitrines de la galerie Bernard Dulon au Parcours des Mondes 2014. Photo A. D.....	307
Figure 12. Vue de l'exposition <i>Maîtres de la sculpture de Côte d'Ivoire, 2015-2016</i> . Photo © musée du quai Branly – Jacques Chirac, dist. RMN-Grand Palais / Cyril Zannettacci.....	308
Figure 13. Vue de l'exposition des objets de la vente Sotheby's, décembre 2015. Photo A. D.....	309
Figure 14. Vue du mur imprimé forêt dans l'exposition permanente du musée du quai Branly – Jacques Chirac. Photo A. D.	310
Figure 15. Vue de la devanture de l'exposition de la galerie Lucas Ratton lors du Parcours des Mondes 2015. Photo A. D.	311
Figure 16. Vue de l'exposition <i>Hors-Champs</i> dont la scénographie comportait une carte de la banquise et la reprise des maisons nordiques. Photographie MEN/Alain Germond, 2012.	312
Figure 17. Cartel de l'exposition de la galerie Meyer, Biennale de Paris 2016. Photo A. D.....	313
Figure 18. Cartel de l'exposition <i>Uzuri wa Dunia</i> de Winter Bruneaf 2015. Photo A. D.....	315

Table des tableaux

Tableau 1. Expositions présentant de l'art moderne et/ou contemporain	261
Tableau 2. Musées de l'échantillon de recherche.....	361
Tableau 3. Galeries de l'échantillon de recherche.	362
Tableau 4. Participation des galeries de l'échantillon de recherche aux foires.	365
Tableau 5. Maisons de vente de l'échantillon de recherche.	368
Tableau 6. Liste des foires observées.....	373
Tableau 7. Liste des expositions de musées de l'échantillon de recherche	375
Tableau 8. Liste des ventes aux enchères de l'échantillon de recherche	381
Tableau 9. Stands des marchés aux puces de l'échantillon de recherche.	386
Tableau 10. Chiffres clés du rapport d'activité du musée du quai Branly – Jacques Chirac (2013-2016).....	396
Tableau 11. Gestion administrative et budget.....	397
Tableau 12. Chiffres concernant la collection et la recherche scientifique.....	397
Tableau 13. Chiffres concernant les manifestations scientifiques.....	398

Tableau 14. Chiffres concernant les publics et la communication.....	398
Tableau 15. Chiffres concernant les expositions.....	399
Tableau 16. Chiffres concernant la provenance des publics.....	400
Tableau 17. Chiffres concernant la Société des amis du musée.....	400
Tableau 18. Détails de la foire Bruneaf entre 2014 et 2016.....	401
Tableau 19. Détails de la foire Parcours des Mondes.....	404
Tableau 20. Détails de la foire Paris Tribal.....	405
Tableau 21. Détails de la foire Brafa.....	407
Tableau 22. Détails de la foire Biennale des Antiquaires.....	408

Table des matières

REMERCIEMENTS.....	7
AVANT-PROPOS	11
PRÉFACE : LE MUSÉE, LE FORUM ET LE MARCHÉ.....	13
INTRODUCTION.....	19
L’art et l’argent	19
Envisager la « commune mesure » des musées et des marchés de l’art	23
Médiateurs, valeur et artification	25
Considérer les médiateurs pour comprendre les réseaux.....	25
La circulation des objets : au cœur de la construction de la valeur	26
Un contexte spécifique de production des savoirs.....	29
L’artification : le passage de l’objet à l’œuvre.....	31
« Mettre en ordre » l’altérité par les dispositifs expographiques	32
Modalités d’enquête et posture de recherche.....	36
La méthode.....	37
L’objet de recherche et l’approche	39
Les objectifs de la recherche.....	40

CHAPITRE 1 LA CRÉATION D'UNE CATÉGORIE SPÉCIFIQUE.....	49
La création d'une catégorie de marché spécifique	52
Se fonder sur des catégories préexistantes :	
l'art oriental et les antiquités.....	53
Artifier la catégorie : l'art moderne.....	55
L'histoire de la catégorisation comme critère même de définition	60
L'accroissement des collections publiques	64
Le développement des collections publiques et des dispositifs de monstration des « objets des Autres » : les expositions universelles	64
Modeler la cohérence des collections de musées :	
les expéditions et collectes	66
Des musées face aux choix scientifiques, pédagogiques et artistiques	70
<i>Le paradigme naturaliste et le musée-conservatoire</i>	71
<i>Le paradigme didactique et le musée-université</i>	73
<i>Le paradigme esthétique et le musée-plaisir</i>	75
Les spécificités nationales du développement des musées d'ethnographie	79
<i>Les spécificités nationales du développement de l'ethnologie</i>	79
<i>Paradigme français vs paradigme américain ?</i>	81
<i>Les relations entre le musée d'ethnographie et sa discipline</i>	85
Les relations entre musées et marchés :	
allers-retours dans les qualifications des objets	87
Les relations entre les marchands et les musées d'ethnographie	88
La valeur financière des pièces : enjeu moral et patrimonial.....	90
La rupture entre musées et marchés et le musée du quai Branly – Jacques Chirac	92
Bilan	102
CHAPITRE 2 SOCIOGRAPHIE DU MARCHÉ.....	107
Premiers éléments d'une sociographie du marché de l'art africain et océanien : le développement du néo-libéralisme et son impact sur les développements des marchés	108
Endiguer les dérives du développement soudain des marchés.....	109
<i>La régulation internationale</i>	111

TABLE DES MATIÈRES

<i>La convention de l'Unesco et Unidroit</i>	111
<i>La Suisse : plaque tournante du marché de l'art</i>	113
<i>Trafic illicite et restitutions : les musées comme instrument de protection des biens culturels</i>	118
Le développement du capitalisme de l'expérience ainsi que d'une logique de luxe et d'investissement	123
<i>Le boom de l'« upper market » sur les marchés de l'art africain et océanien</i>	123
<i>Le marché moyen et le discours de la crise</i>	124
<i>Le collectionneur-investisseur</i>	128
<i>L'upper market et le discours de la sélection</i>	134
<i>La montée de l'événementiel et du « capitalisme de l'expérience »</i>	136
<i>Le public au centre des événements</i>	138
<i>L'événementiel comme stratégie marketing</i>	142
<i>L'événementiel comme émulation</i>	147
Deuxième élément d'une sociographie du marché : les acteurs et les lieux des marchés de l'art africain et océanien	149
Pays, villes, régions : des marchés façonnés par les relations entre les lieux.....	149
<i>Les rapports entre l'Europe et les États-Unis</i>	150
<i>Paris, la cheffe de file</i>	152
<i>Des spécificités françaises en matière de goût ?</i>	155
<i>Paris – Bruxelles : entre concurrence et émulation</i>	156
<i>Les enchères à Paris, les marchands à Bruxelles ?</i>	157
<i>Proximité entre villes, proximité dans les villes</i>	158
<i>En route vers d'autres horizons</i>	161
<i>L'arrivée d'Internet</i>	163
Galeristes et maisons de ventes : des acteurs structurants des marchés	165
<i>Commissaires-priseurs et maisons de ventes : une structure bien ancrée</i>	166
<i>Le galeriste : construire une identité professionnelle</i>	168
<i>Héritage, genre et classe : le profil du marchand d'art africain et océanien est-il différent du marchand d'art ?</i>	169
<i>La frontière entre le galeriste et le collectionneur : l'expérience et le lien aux objets, entre théorie et pratique</i>	170
<i>La galerie : un espace humain au temps long pour s'opposer aux enchères</i>	173

<i>L'identité du galeriste : entre sociologie de la profession et discours marketing</i>	176
Perméabilité des frontières et hiérarchisation des acteurs marchands.....	177
Bilan	185
CHAPITRE 3 POSER LES FONDATIONS D'UNE ENTREPRISE DE VALORISATION : DÉFINIR LES RÔLES, CRÉER LES FRONTIÈRES, CLASSER LES OBJETS	
	187
Spécificités du champ et caractéristiques actuelles	188
L'absence de l'artiste et la difficulté de datation.....	188
La marchandisation face aux tabous	189
<i>Le musée moral face au marché immoral</i>	192
<i>Le marché moral face au musée immoral</i>	194
Un champ politiquement sensible.....	197
Des biens en voie de légitimation.....	197
Typologie des relations entre musées et marchés.....	198
Quand il y a un acheteur et un vendeur	200
<i>Pourquoi acheter ?</i>	200
<i>De la difficulté d'une transaction</i>	205
Quand le marchand est intermédiaire	208
<i>Le marchand intercède</i>	208
<i>Le marchand donne et décide</i>	210
Quand les musées offrent leur soutien.....	213
<i>Le développement des expositions</i>	213
<i>Le MRAC à Brafa et à Bruneaf</i>	214
<i>L'exposition Dogon au musée du quai Branly – Jacques Chirac</i>	215
<i>Les publications</i>	217
<i>Le jeu sensible du droit et du devoir d'expertise</i>	219
Un système donnant-donnant.....	221
Les enjeux de la catégorisation : catégoriser les individus pour catégoriser les objets	222
Catégoriser les hommes : chacun son rôle	223
Les objets : comment classer ?.....	226

CHAPITRE 4 CO-CONSTRUIRE ET JUSTIFIER LA VALEUR.....	229
Les critères de valeur: les qualités attribuées aux objets pour les mesurer	232
L'usage et l'ancienneté: les critères fondateurs	233
Le pedigree et la provenance: le poids du parcours d'un objet	235
La place de l'objet dans un ensemble: séries, rareté, représentativité	238
La beauté et la documentation: inconciliables?	240
L'authentique et le faux	240
Les critères de valeur: les éléments extérieurs aux objets	243
Désir et émotion	244
Goût du risque et spéculation.....	247
Effets de snobisme et effets d'imitation	250
Les paramètres géopolitiques: l'exemple des restitutions.....	253
La création de conventions partagées	255
Justifier les critères de valeur en s'appuyant sur d'autres marchés.....	257
<i>L'art contemporain: légitimer le fonctionnement du champ par la nature des œuvres</i>	258
<i>L'art moderne: légitimer les qualités intrinsèques des objets</i>	262
Maîtriser l'information relative au cadre commun: musées et marchés face à face	264
La mise en place d'un dispositif argumentatif discursif.....	274
Bilan	275
CHAPITRE 5 DIFFUSER LA VALEUR: EXPOSER L'ALTÉRITÉ POUR SE L'APPROPRIER	277
Les dispositifs expographiques d'objets ethnographiques et leurs « moments positionnels »	278
Le théâtre de l'Autre	283
Les coulisses: préparation et monstration	284
<i>Les auteurs des contenus et le choix des contenus</i>	284
<i>L'arrière-scène: espace de préparation et de monstration</i>	290
La scène: les contenus	294
<i>Les objets</i>	294

<i>Les scénographies</i>	300
<i>Les discours et les textes</i>	312
Les publics : la réception.....	315
Bilan : vers un brouillage des spécificités ?.....	319
CONCLUSION	323
Un écosystème hétérogène.....	323
Des positions perméables au sein des catégories et entre elles	324
Un brouillage induit par le contexte économique et producteur de nouvelles valeurs.....	325
Rationaliser et justifier les critères de valeur.....	327
La construction d'un récit sur l'Autre	329
BIBLIOGRAPHIE	331
ANNEXES	359
Annexe 1 : la recherche : méthodologie et échantillon.....	359
Annexe 2 : descriptifs et informations utilisées dans la recherche	393
TABLE DES GRAPHIQUES	411
TABLE DES CARTES.....	413
TABLE DES FIGURES.....	415
TABLE DES TABLEAUX	417

Achevé d'imprimé

en mars 2023

Pour le compte des Éditions Alphil-Presses universitaires suisses

Responsable de production : Jonathan Wenger

Le 15 avril 1931, ce sont dix rounds de trois minutes qui scellent le destin de la mission Dakar-Djibouti : devant des mécènes tels que Pablo Picasso ou Charles de Noailles, Al Brown « boxe pour la science » – comme le précise le nom de cette soirée de gala. Celle-ci permet aux organisateurs de boucler le budget de la première mission ethnographique française qui rapporte plus de 3 500 objets au Musée d'ethnographie du Trocadéro.

L'évènement, soutenu par de nombreux marchands de l'époque, est un exemple frappant des liens entre musées et argent. Pourtant, malgré des relations connues et reconnues entre ces deux sphères, la question financière reste souvent marginale dans les discussions et analyses portant sur les musées.

Sur la base d'une enquête de terrain intensive, cet ouvrage s'attache à comprendre ces relations à l'aune du cas sensible de l'ethnographie. À l'heure des grands débats sur les restitutions, il importe en effet de revenir sur les processus, aussi bien financiers que patrimoniaux, de catégorisation, d'évaluation et de valorisation de tels objets.

La réintégration des aspects économiques et le ré-ancrage des musées dans le contexte capitaliste auquel ils appartiennent permettent de questionner les « projets muséaux » ethnographiques actuels, mais aussi de comprendre comment marchés et musées ont consacré ensemble la valeur des « objets des Autres » et participé ainsi, à leur échelle, à la construction d'une certaine (re)présentation de l'altérité.



Après avoir travaillé aux musées d'ethnographie de Genève et de Neuchâtel, **Audrey Doyen** a soutenu une thèse en anthropologie et en muséologie à l'Université Sorbonne Nouvelle et à l'Université de Neuchâtel. Ses recherches et son enseignement portent sur le marché de l'art et l'économie de la culture, plus particulièrement dans le domaine ethnographique. Elle a co-fondé et dirigé l'association Mêtis, qui fait dialoguer professionnels de musées et chercheurs, et assume aujourd'hui la responsabilité de son pôle éditorial.

ISBN : 978-2-88930-518-6



9 782889 305186