Céramique contemporaine, un monde de l'art périphérique : Repenser les frontières artistiques par la céramophilie

Elisa Ullauri Lloré

▶ **To cite this version:**

Elisa Ullauri Lloré. Céramique contemporaine, un monde de l'art périphérique : Repenser les frontières artistiques par la céramophilie. Architecture, aménagement de l'espace. Université d'Avignon, 2017. Français. NNT : 2017AVIG1172 . tel-01715250

HAL Id: tel-01715250
https://theses.hal.science/tel-01715250

Submitted on 22 Feb 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNIVERSITE D'AVIGNON ET DES PAYS DE VAUCLUSE
École doctorale 537 Culture & Patrimoine / UMR 8562 Centre Norbert Elias
AIX-MARSEILLE UNIVERSITÉ
Laboratoire méditerranéen de sociologie (co-dir. Hors ED355)

Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication et sociologie de l'art

Céramique contemporaine, un monde de l'art périphérique.
Repenser les frontières artistiques par la céramophilie

Elisa ULLAURI LLORE

Sous la direction de Sylvia Girel (AMU) et de Jean Davallon (UAPV)

Jury :

M. Jean Davallon, Professeur émérite à l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse
Mme. Sylvia Girel, Maître de conférences-hdr à l'Université Aix-Marseille I
Mme. Marie Christine Bordeaux, Professeure à l'Université de Grenoble Alpes
M. Dominique Sagot-Duvauroux, Professeur à l'Université d'Angers
M. Frédéric Gimello-Mesplomb, Professeur à l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse
M. Bernard Bachelier, Président du Club des collectionneurs de céramique

Remerciements

Mes remerciements vont en premier lieu à Sylvia Girel et Jean Davallon, pour leur accompagnement tout au long de ce travail. Je leur exprime toute ma gratitude pour les conseils précieux ayant toujours apporté de la lumière là où il y avait de l'ombre. Outre le partage généreux de leurs connaissances toujours stimulantes et leur disponibilité indéfectible, je leur témoigne ici ma profonde reconnaissance pour leur bienveillance sur le plan humain.

Je tiens à remercier également Frédéric Gimello, qui a été un soutien infaillible de ces années de recherche. Merci à l'équipe Culture et Communication de l'Université d'Avignon et celle du Lames d'Aix-Marseille Université, pour les nombreux échanges grâce auxquels mes questionnements ont pu être confrontés et développés.

Cette recherche doit son existence à la générosité des collectionneurs — certains anonymes et d'autres devenus de bons amis — qui ont accepté de m'ouvrir les portes du monde fascinant qu'ils aiment. Merci infiniment Mad, Michel, Denis, Arnauld, François, Françoise, Pierre, Marisse, Florence, Elisabeth… et à tous les amateurs et membres du club de collectionneurs de céramique « Les céramophiles ». Ce travail doit aussi beaucoup à Bernard Bachelier qui a accueilli avec enthousiasme ce projet et qui a bien voulu relayer mes demandes auprès des membres du club. Merci aussi pour le travail immense qu'il effectue au sein du monde dont cette thèse est question.

A ma famille : Marco, Juana et Sofia, qui, à travers l'exercice de leur métier de céramistes, ont éveillé en moi la curiosité et l'intérêt face à la complexité de ce qui est aussi leur passion. Merci pour le soutien et l'amour inconditionnel. Cette thèse leur est dédiée. Merci également à Pablo, qui fait aussi partie de cette famille.

Merci à Thomas, d'avoir été ma terre durant dix ans. Son nom est associé au mien dans ce travail puisqu'il porte en lui les marques de ses enseignements, de sa patience et de son amour.

Je remercie chaleureusement mes amis en France et en Équateur, sans qui la vie n'aurait le goût du bonheur qu'elle a. Merci Ileana, Erika, Juvitza, Élodie, Emily, Sandrine, Clémence, Cyrille, Pato, Mamela, Nacho, Nicolas, Diego, Tefa, Kristel, Ben, Benjamito, Nolwenn, So-Hee, Angélica, Simon, Colombe, Florian, Giovanni, Julien, Fred, Camille, Jean-Jacques, Noëlle, Jean-Charles et à celles et ceux que, s'ils ne sont pas ici nommés, je leur suis reconnaissante d'avoir à un moment ou un autre, constitué un appui dans ma vie. Je remercie également Elaine, Camille, Marianne, Nicolas, Éloi, Caroline, des collègues devenus des amis sur le chemin de la recherche. Je tiens à remercier vivement Cathy, pour sa générosité et pour m'avoir appris —de fil en aiguille— à approcher les chemins de la patience.

Un grand merci à Pablito pour avoir lu cette thèse et pour toutes les formes qu'il a d'exprimer son amitié.

Mes remerciements vont aussi à Maria, Mariana, Mikaela, Nelson, Juan Pablo, Andrés, Alfredo, m'ayant soutenu et encouragé depuis la *calle de la cerámica*.

Merci enfin à celui qui est apparu au moment précis et qui a bien voulu répondre à mon éternel besoin de lentilles et de thé. Merci Florent.

Cette recherche a bénéficié de la bourse Senescyt, du ministère de l'Éducation supérieure de l'Équateur.

Sommaire

INTRODUCTION GÉNÉRALE 6

PREMIÈRE PARTIE : Ethnographie de la céramique : construire une culture de métier et d'art 17

Chapitre I : Construire les valeurs artistiques et patrimoniales 21

Chapitre II : L'art de la céramique contemporaine : ponts et frontières 81

Chapitre III : Céramique d'art contemporain : l'éloge d'une céramique libre 109

DEUXIÈME PARTIE : Le système d'intermédiation de la céramique 150

Chapitre I : Les espaces de la publicisation de la céramique 153

Chapitre II : Marchés de la céramique vs marchés de l'art 224

TROISIÈME PARTIE : Médiations et céramophilie : représentations d'une passion engagée 284

Chapitre I : Médiations de la céramique 287

Chapitre II : Collectionneurs, amateurs : enquête au cœur de la céramophilie 330

CONCLUSION GÉNÉRALE 415

Bibliographie 424

Index 434

Table des matières 439

INTRODUCTION GÉNÉRALE

« Je ne souhaitais pas être financier.

— Que désiriez-vous faire ? —

Je voulais être potier.

— Potier ! —

Quand j'étais jeune garçon, j'aimais modeler des objets, j'aimais les formes et les couleurs et tous les matériaux qu'utilisent les potiers. La plupart des gens pensent qu'il est préférable d'être sculpteur ou peintre plutôt que céramiste. Ils estiment que le grès ou la porcelaine sont simplement destinés à faire de la vaisselle ou des objets de décoration et que de toute façon, il s'agit là d'un art mineur. Pour moi, ils ne sont ni utilitaires, ni décoratifs, c'est-à-dire des ornements du cadre de vie : pour moi ils sont la vie elle-même, si c'est une fuite d'être entouré de telles choses, c'est une échappée vers la vraie vie, loin d'un monde sordide, vers un plus pur. Je possède quelques bonnes choses en peinture et en sculpture, mais elles ne témoignent pas de... cette distance spirituelle que j'ai toujours vivement recherchée. J'aspire à un univers où la forme serait la réalité profonde dont la matérialité est seulement une ombre… J'en suis venu à comprendre que je ne serai jamais un grand potier. Je n'avais pas le don. […] Je crois qu'on franchit alors la porte secrète qui mène au monde réel... Je garde ma collection dans une pièce à part, ce n'est pas que je refuse de la montrer, mais quand je suis seul et contemple longuement l'un de ces objets j'ai quelquefois le sentiment de m'identifier à l'auteur. C'est une anxieuse extase qui me rend la vie supportable... Un jour peut-être, je vous montrerai ma collection. »

T. S. Eliot, *The confidential Clerk*, Faber & Faber, 1954.
Tiré de Robert Deblander
L'œuvre céramique 1951-2001
Éditions La Revue de la céramique et du verre. 2001. (p. 101-102)

Cette citation révèle bien l'intensité de la relation affective entre un amateur et la céramique (l'humain et le matériel). Et c'est ce lien intrinsèque que ce travail de recherche se donne pour objectif d'explorer. Cet extrait d'une pièce du dramaturge anglais T.S. Eliot, souligne ainsi une réflexion sur les échelles de légitimité des disciplines artistiques par le récit de renoncement de la passion de Sir Claude : un banquier qui aurait aimé être potier. La résonance entre poterie et poésie (pottery et poetry en anglais) rappelle les considérations des arts mineurs, le potier faisant écho au poète maudit[3], au cours des contextes artistiques et disciplinaires des différentes époques. Ainsi, tout en faisant l'éloge de la poterie, l'énoncé témoigne de l'instabilité et de la marginalisation du monde de la céramique longtemps relégué au rang de l'artisanat, du décoratif et de l'utilitaire, la situant en bas de l'échelle des hiérarchies historiques entre les disciplines artistiques. Cette citation m'a été confiée par un collectionneur de céramique. En m'ouvrant généreusement les portes de l'univers de sa passion, il m'a aussi montré combien la céramique porte en elle les signes profonds, et éminemment discrets d'un combat pour la reconnaissance des valeurs culturelles et artistiques, tant matérielles qu'immatérielles de l'art.

La polysémie du terme céramique et sa vaste présence au sein des différentes sphères de la vie humaine : de l'apprentissage par la pratique (de l'atelier potier à l'école), dans la vie domestique et dans le quotidien (bols, assiettes, objets décoratifs) aux éléments qui construisent les villes (briques, carreaux, lavabos) rend difficile une définition unifiée de la céramique en tant qu'art. Et si bien, la céramique revendique une reconnaissance artistique qui n'est plus à démontrer, cela est moins évident lorsqu'elle est rapprochée de l'art contemporain. Qu'il s'agisse d'un objet utilitaire, d'une sculpture ou d'une performance, la céramique se situe à la croisée de multiples dimensions de la vie sociale et culturelle des hommes et des femmes avec notamment des transferts multiples et récents entre le régime de l'artisanat d'art et celui de l'art contemporain. Du point de vue matériel, la céramique se définit par la transformation physique de la matière par le feu. Observée à travers le prisme des sciences sociales, elle est autant une pratique artistique qu'un objet. C'est à partir de cette dernière signification que nous l'abordons dans cette thèse. Puisque, comme l'affirme Thierry Bonnot, les objets « ne sont pas les invariants des sociétés, mais sont toujours pris,

[3] Daniel Jean, « Le vers comme indice d'artificialité dans le théâtre de T.S. Eliot : The Confidential

eux aussi, dans un réseau d'enjeux, de systèmes de valeur, de rapports de forces et de perspectives variables qui pèsent sur leur identification depuis leur production jusqu'à leur destruction physique[4] ». Interroger la céramique par son statut d'objet social relève donc d'un exercice de renoncement aux systèmes classificatoires habituels, pour considérer les individus, les discours, les pratiques à la base d'un système de relations affectives complexes. C'est ainsi qu'il n'est pas question de tenter de définir la céramique contemporaine, mais bien de comprendre les sens et les mécanismes à partir desquels s'élaborent les représentations d'un monde de l'art périphérique.
Et c'est donc de représentations[5] qu'il s'agit puisqu'elles s'enracinent dans les images élaborées et partagées par le groupe à travers le traitement de l'information et de la connaissance. Mais l'accès aux représentations de la céramique, implique d'abord la compréhension de l'étendue des champs dans lesquels elles s'appliquent et se développent, en ce qu'elles sont évaluatives et attributives de la valeur, pour tenter de dépasser des clivages qui les composent. Aborder les représentations que le corps social se fait de la céramique suppose d'explorer les différents champs sémantiques et sémiologiques où elles s'organisent. La thèse propose donc de sortir du cadre interprétatif de l'expérience des frontières artistiques pour accéder à un ensemble socio-cognitif lié aux concepts, objets sociaux et physiques, catégories en tant que grands domaines de la pensée sociale.

Du contexte de la recherche aux méthodes

Pourquoi avoir choisi la céramique ? Alors que cette recherche aurait pu s'effectuer sur d'autres secteurs, tels que le verre, la gravure ou le textile, pour les nombreuses similitudes qu'elle présente avec la scène artistique de la céramique actuelle. Deux principales raisons fondent ce choix. La première concerne mon appartenance familiale et sociale au monde de la céramique[6]. De cette filiation avec l'objet

[4] Thierry Bonnot, *L'attachement aux choses*, Paris, CNRS Éditions, 2014, p. 8.

[5] Impulsée par S. Moscovici dans les années 60 puis développée par d'autres auteurs dont notamment Denise Jodelet, la notion de représentation sociale s'inscrit dans un vaste mouvement de recherche principalement de la psychologie sociale et ayant suscitant l'intérêt de nombreuses autres disciplines des sciences sociales comme la sociologie, l'anthropologie, la politique, l'économie, etc. Le cadre des représentations sociales implique les modalités de la pensée et de la connaissance à la base du dispositif social. Il nous permet dans cette thèse, de réfuter le partage net entre collectif et individuel, entre social et matériel.

[6] Mère, père et sœur de l'auteur exercent le métier de céramiste à Quito, Equateur.

découlent des considérations ayant fait émerger par la suite des hypothèses, lesquelles se sont peu à peu confirmées (et/ou infirmées) donnant de nouvelles directions à la recherche. Le sentiment d'appartenance à une communauté artistique, que manifestent les divers acteurs de la céramique, articulé à la condition de marginalité au sein de la scène artistique, devenant pour beaucoup, l'objet d'un combat, en a peut être été l'observation la plus flagrante. La deuxième considération, et sous-jacente de la première, correspond au phénomène d'engouement actuel pour la céramique au contact de l'art contemporain. C'est notamment par le constat visible et récent que de nombreux acteurs des mondes de l'art se sont simultanément et progressivement tournés vers les possibilités artistiques de la terre, que l'on est venu à mettre la focale non seulement sur les artistes, mais sur l'ensemble d'acteurs qui participent à la construction de ce monde. Ce moment est particulièrement intéressant du point de vue des changements et dont les dynamiques organisationnelles couplées d'une médiatisation sans précédent, en sont les témoins :

> À titre d'exemple, nous pouvons citer la manifestation parisienne « Circuits céramiques » en 2010 ; l'exposition « Picasso céramiste » présentée à Aubagne et à Sèvres en 2013 et plus récemment l'exposition d'art contemporain et céramique « Ceramix » à la Maison Rouge et Sèvres en 2016. Également, la publication du supplément de la revue Artpress2 intitulée « La céramique au-delà de la céramique » en 2013 et divers articles parus dans la presse généraliste et grand public comme « La céramique, si chic et tellement tendance » parue dans le journal le Parisien en février 2017, l'article « La céramique plus tendance que jamais » paru en septembre 2016 dans le magazine Elle, ou encore « La folie céramique », un diaporama publié sur le site la Parisienne (Journal Le parisien), ont été le relais de l'intérêt pour la céramique au titre d'une tendance actuelle[7]. Enfin, la création en 2013 d'un club de collectionneurs de céramique, baptisé « les céramophiles », fut pour nous l'endroit où convergeaient les intérêts des acteurs à la base de ce renouveau, raison pour laquelle nous en avons fait un terrain d'observation privilégié.

Ce phénomène, qualifié de « retour de la terre », « renouveau de la céramique » ou encore de « nouvelle céramique », signifiait ainsi une rupture apparente avec une

[7] Sur ces textes peut-on lire par exemple : « On collectionne les objets en terre cuite, on les expose, on va jusqu'à les fabriquer soi-même… Mais qu'est-ce qui nous plaît tant dans cet artisanat ancestral devenu très branché ? » Source : Magazine de mode Elle, article paru en ligne le 3 septembre 2016. URL : http://www.elle.fr/Deco/News-tendances/La-ceramique-plus-tendance-que-jamais-3369521

céramique « ancienne » et « traditionnelle ». Il s'agit d'appréhender à l'échelle des individus et des objets : quelle est la part et la place du régime artisanal au sein de la céramique contemporaine et vice-versa ? Pour cela, la recherche s'est localisée dans un contexte temporel actuel et géographique situé principalement en France.

La céramique au cœur de l'ouragan : problématisation et hypothèses

C'est donc à travers l'engagement d'une diversité d'acteurs dans ces dynamiques que cette thèse propose d'explorer la construction de la valeur sociale du monde de la céramique. La recherche vise ainsi à montrer les modalités de la construction de la céramique en tant que monde de l'art, selon le sens donné à cette notion par Howard Becker. Préférer le concept de « monde de l'art[8] » à celui de « champ artistique[9] », traité par Pierre Bourdieu, s'explique par la considération empirique de la « coopération » des acteurs dans la construction du monde de la céramique. En effet, les tensions qui s'opèrent, sont considérées comme étant moins portées sur l'affrontement et la lutte de forces que des relations de domination au sein d'un espace défini. La métaphore du monde, n'étant pas spatiale[10], elle développe l'idée d'un ajustement graduel des lignes d'activités des acteurs collaborant « pour produire tel ou tel résultat, un monde dans lequel les gens peuvent trouver d'autres gens pour collaborer même si les gens les plus puissants dans leur discipline n'approuvent pas ou ne reconnaissent pas ce qu'ils font, un monde dans lequel le pouvoir de définir ce qui est important ne reste pas durablement entre les mains d'un petit nombre d'acteurs[11] ». Cette description indique l'utilité du « monde de l'art » pour notre analyse en ce qu'il permet de structurer les rapports sociaux des phénomènes qui nous intéressent, par les trajectoires personnelles face aux situations collectives, au sein desquelles les acteurs sont confrontés à des choix[12] et aux dynamiques de domination

[8] Howard Becker, *Les mondes de l'art*, Paris, France, Flammarion, impr. 2010, 1988, vol. 1/, 379 p.

[9] Pierre Bourdieu, *La distinction critique sociale du jugement*, Paris, Éd. de Minuit, 1979 ; Pierre Bourdieu, Alain. Darbel et Dominique Schnapper, *L'amour de l'art: les musées d'art européens et leur public*, Paris, Éditions de Minuit, 1969.

[10] « Howard S. Becker et Alain Pessin : Dialogue sur les notions de Monde et de Champ », *Sociologie de l'Art*, 15 novembre 2012, OPuS 8, n° 1, p. 163-180.

[11] *Ibid.*, p. 171.

[12] Nous nous rapportons également à ce qu'exprime Alain Pessin quant à la différence disciplinaire de ces deux notions : « Ce sont deux collectes opposées dans leur intention et, nécessairement, dans leur résultat : la collecte philosophico-sociologique, à la recherche de l'essence du social, et qui conduit à la

historiques issus des querelles théoriques entre les mondes artisanaux et artistiques. Dans cette perspective, la céramique, en tant que monde de l'art, n'est pas réductible à une dynamique qui le dépasserait, mais à une situation observée à travers la focale des « micro-relations » et des liens symboliques qui se construisent entre des acteurs réels et des objets réels. Cette thèse aspire de ce fait, à comprendre l'évolution du monde de la céramique dans son rapport à l'art contemporain et les façons de façonner l'espace affectif faisant exister ce monde, mais aussi les paradoxes qui le recouvrent, les tensions et les querelles opérationnelles et structurantes du milieu[13].

L'hypothèse de départ suppose que ce monde de l'art se singularise d'abord par la confrontation de deux grands versants : le régime patrimonial et le régime de l'art contemporain, sans qu'ils s'annulent mutuellement. Si de cette cohabitation jaillit sa condition ambivalente, le questionnement qui s'impose à nous peut être formulé comme suit :

> En quoi, les amateurs jouent-ils un rôle clé au sein des processus que traverse le monde de la céramique ? Peut-on dépasser les représentations abstraites du débat artistique sur les frontières artistiques en partant des configurations interactionnelles entre les individus, (et) les objets de la céramique en tant que monde de l'art ?

Ainsi, les questions auxquelles nous tenterons de répondre à travers cette étude sont les suivantes : Que fait-il exister la céramique en tant que monde de l'art ? Comment se configure son système de valeurs ? Quels sont les procédés par lesquels les acteurs affirment et défendent ce système ? Quelle est la place de la tradition potière au sein de la céramique contemporaine ? Dans quelle mesure les mutations les plus récentes au sein du monde de la céramique composent-elles la double marginalité de la

---

théorie du champ, - et la collecte sociologico-ethnographique à la recherche de l'explication des circonstances dans lesquelles des situations sociales se nouent entre différents acteurs - la notion de monde ». *Ibid. p. 179*

[13] Lorsque nous employons la notion de « milieu » nous le faisons afin de spécifier la céramique en tant qu'espace social et pratique professionnelle. Cela vise notamment à renforcer la distinction avec la « scène », par son la structuration organisationnelle de la production fortement régulée par des normes professionnelles.

céramique ? Peut-on parler d'une situation de reconnaissance à plusieurs registres (patrimonial et artistique) ?

Au-delà d'une rupture classique entre les modèles de l'art et de l'artisanat (et autres clivages historiquement institués comme celui des arts majeurs et arts mineurs) s'édifie un monde avec une identité artistique forte. D'un côté se trouve la faible reconnaissance de la céramique au sein de la scène artistique contemporaine et de ses marchés, et de l'autre, l'affirmation des valeurs issues de la tradition technique d'un métier manuel (le modèle de l'atelier, le savoir-faire et la maîtrise technique, etc.). Les discours des amateurs de céramique nous serviront de filtre à travers lequel nous observerons le monde social et la construction des valeurs sociales -esthétiques, marchandes, techniques- de la céramique actuelle. Ses acteurs, qui avec acuité et engagement, œuvrent à travers un système d'engagements diversifié — adhésion et participation au club de collectionneurs de céramique, médiation, achats, écriture d'articles, édition d'ouvrages, organisation d'exposition, etc. — tout en contestant les hiérarchies artistiques. En effet, à travers les discours sur la pratique, sur leur amour, sur les visions et positionnements qu'ils expérimentent, cette thèse aspire à cerner les conditions de l'engagement artistique, de l'attachement aux objets. Pour cela, l'amateur incarne des figures multiples telles que le céramiste, le collectionneur, le critique d'art, le galeriste, le conservateur et c'est bien cette condition multiple qui lui confère les compétences d'un professionnel, d'un « expert » et d'un médiateur. Au delà de la notion d'amour, est amateur celui qui s'engage d'une forme ou d'une autre, dans la défense, la connaissance et la reconnaissance de l'art qu'il aime. Tantôt public spécialiste, tantôt producteur de sens, l'amateur construit par son récit, un modèle discursif porté par des catégories de la perception et de l'évaluation de la qualité artistique contemporaine, dont il s'agit de considérer les effets sur la céramique en tant que monde de l'art.

Cette thèse se structure en trois parties lesquelles aspirent à produire une vision globale des phénomènes traversant le monde de la céramique : elle part de son organisation vers l'observation de son fonctionnement pour enfin étudier le modèle de représentations qui le sous-tend.

— La première partie propose un état de lieux organisationnel du monde de la céramique. Un premier segment introductif examine comment la céramique est devenue un objet d'étude en sciences sociales. Le deuxième segment propose sa sociogenèse et retrace la construction des valeurs et de normes du milieu professionnel ainsi que les tensions qui s'y combinent. L'ensemble de la première partie retrace la construction d'un territoire du point de vue des modalités du travail artistique en distinguant trois groupes professionnels : céramistes d'art, artistes céramistes et artistes contemporains utilisant la terre.

Le premier chapitre étudie le premier déclin de la céramique traditionnelle et industrielle survenu dans le début du XXe siècle faisant émerger la céramique d'art dès les années 40, l'inscrivant ensuite dans un processus d'artification encore en cours aujourd'hui. Le chapitre suivant analyse la manière dont un groupe de céramistes contemporains mettent en scène une ambivalence assumée entre artisanat d'art et art contemporain à travers l'affirmation d'une forte connaissance des techniques en même temps qu'ils réclament leur distance comme gage d'une liberté créatrice. Le troisième chapitre retrace l'investissement d'artistes contemporains dans le monde de la céramique. Il vise à comprendre les motivations et les valeurs nouvelles d'une céramique d'art contemporain venant renouveler les conventions. En effet, c'est dans les années 2000 qu'apparaît une troisième céramique qui aurait pour effet d'apporter à la fois à la médiatisation du monde de la céramique, et à la fois d'occulter la pratique des deux premiers groupes.
Chacun des trois chapitres observe les basculements axiologiques se produisant au sein de la sphère de la création ; la prévalence et les emprunts de la dimension patrimoniale d'une part (savoir-faire, technicité, matérialité, objet, modèle de l'atelier) et ses croisements avec le paradigme de l'art contemporain tel qu'il est décrit par Nathalie Heinich (concept, importance du discours, médiation, etc.) de l'autre. Cette partie montre l'essentiel des tensions au fondement de l'instabilité de ce monde inscrit dans un processus d'artification et traversé par une forte dimension patrimoniale.

— La deuxième partie propose d'objectiver les mécanismes de fonctionnement des lieux où s'expose la céramique et se publicisent les représentations, se fabriquent les discours et se construisent les valeurs marchandes et artistiques de la céramique. Marchés potiers, institutions et rendez-vous de la publicisation de la céramique, sont quelques-uns des espaces que nous qualifions d'« intermédiaires ». Ces derniers sont étudiés en tant que dispositifs d'exposition, mais aussi en tant que territoires de la transmission et de renforcement du système de normes et valeurs de la céramique en tant que culture. Cette partie se propose de structurer les registres éthiques et commerciaux de la diffusion et de la vente de la céramique. Ils visent à mesurer les degrés de reconnaissance et les stratégies d'évaluation de la qualité artistique au sein des mécanismes régissant les espaces intermédiaires. C'est à travers la circulation des objets au sein de ces espaces que les modalités de transmission de l'identité collective du monde de la céramique peuvent être observées.

— La troisième partie porte enfin, sur la dimension affective dans la construction de ce monde de l'art. Elle considère d'abord la médiation comme l'espace où se préfigure le système de représentations. À partir d'une conception élargie de la médiation (typologie à partir d'un panel ample d'exemples), ce chapitre consiste à faire l'analyse de la structuration d'un modèle juxtaposant l'axe technique, l'objet et la matière à l'approche esthétique. Le dernier chapitre contemple la figure de l'amateur et les différents aspects de son expertise. Il met l'accent sur l'action des amateurs et les mutations de cette figure malléable, mais dont les tenants les plus récents démontrent les nouveaux rôles clés qu'il joue tantôt en amateur, tantôt en médiateur, tantôt en « Pro-Am » (figure hybride du professionnel et amateur). À travers la dimension affective de sa relation avec la céramique, l'amateur permet d'interroger les singularités d'une culture artistique, sa valeur sociale et les dynamiques d'attachement et d'engagements artistiques.

En somme, notre étude vise à montrer, à travers un état des lieux du monde de la céramique, comment se caractérise un nouveau régime de valeurs dont nous verrons les tensions, les contradictions, mais aussi la cohérence qui jaillit au sein de ce monde de l'art spécifique. À cheval entre la défense du modèle classique de la technique, du savoir-faire et du patrimoine artisanal, et l'affirmation de la valeur artistique contemporaine, la céramique se construit, nous le verrons, à partir des contradictions propres au monde des affects et d'un engagement pluriel de ses amateurs.

Questions de méthode

Si bien le caractère ethno-sociologique de notre étude de terrain doit être mis en avant, les positions épistémologiques de la construction de l'objet répondent principalement à une tradition disciplinaire de la sociologie de la culture issue de la pensée de Pierre Bourdieu, Raymonde Moulin, Nathalie Heinich, Bruno Latour, Sylvia Girel, Flora Bajard, Olivier Roueff, entre autres, et avec les travaux de chercheurs à la croisée des sciences de l'information et de la communication tels que Jean Davallon, Marie Christine Bordeaux ou plus proches de l'anthropologie comme Thierry Bonnot, ou de l'économie de la culture comme Dominique Sagot-Duvauroux, Anne Jourdain, etc. Le caractère transdisciplinaire de la recherche aspire ainsi à confronter les apports élargis de diverses disciplines en ce qu'elle emprunte des méthodes de l'analyse des situations de communication et de la construction de sens au sein notamment des dispositifs de médiation culturelle. Ainsi, la perspective à dominante sociologique de cette thèse n'est pas sans rapport direct avec les autres

disciplines des sciences sociales, ayant apportées autant d'instruments de compréhension de la vie sociale. Nous appliquons ici le précepte que « la sociologie ne devrait pas être concevable sans considérer ses liens irréductibles avec l'histoire, l'anthropologie, la psychologie et plus largement toutes les autres sciences de l'homme et de la société[14] ». Ce croisement interdisciplinaire a permis entre autres d'engager un dialogue[15] fondamental pour la construction de notre posture ouverte face aux clivages ainsi qu'à l'hétérogénéité du domaine artistique, particulièrement difficile à cerner. C'est pourquoi, l'approche qualitative de cette étude, implique l'analyse de l'ensemble des composantes d'un petit monde de l'art qu'il a été question d'observer séparément avec pour finalité d'en saisir le fonctionnement.

Globalement, l'enquête sur laquelle s'appuie cette étude dresse un portrait inédit de la céramique contemporaine dans son rapport à l'art contemporain, vu à travers le prisme des acteurs. L'étude des processus de construction de la valeur de la céramique en art comprend un volet d'enquête socio-ethnographique (questionnaire, entretiens et observations) sur, d'un coté les acteurs, les discours (présentations et représentations) et les mécanismes régissant ce monde de l'autre. Il est donc à considérer l'étude de ces relations dans un cadre théorique influencé par le statut théorique de la dimension matérielle de la vie sociale donnée par Bruno Latour dans ses travaux sur la symétrie élargie, permettant par exemple, d'introduire la dimension technique à l'analyse empirique de la réception et des usages divers des objets matériels[16]. Pour ce faire, la structuration de notre enquête a été adaptée et réajustée aux observations pluridimensionnelles[17] du terrain et déclinée selon quatre figures : le terrain comme lieu, comme pratique, comme objet et enfin comme tradition scientifique[18]. Par conséquent, l'ensemble d'outils employés[19], tout comme la

[14] Gérald Berthoud et Giovanni Busino, *Paroles reçues*, Genève 12, France, Librairie Droz, 2015, p. 11.

[15] *Ibid.*, p. 12.

[16] Bruno Latour, *Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory*, Oxford, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord, 301 p ; Bruno. Latour, « Une sociologie sans objet ?: remarques sur l'interobjectivité », *Sociologie du travail Objets & mémoires*, 1994.

[17] Sabine Delzescaux et Pierre Ansart, *Norbert Elias: une sociologie des processus*, Paris, France, 2002, 319 p. Pg 23

[18] Jean Copans, *L'enquête ethnologique de terrain*, Paris, France, A. Colin, 2005, p. 12.

[19] La question méthodologique sera détaillée progressivement en début de chaque chapitre, afin d'annoncer les différents registres et techniques auxquels la recherche a eu recours pour chacune des sections.

structure narrative, laquelle distribue les données du terrain aux lectures et analyses tout au long de la thèse, obéit à une forme de structuration méthodologique visant à comprendre l'objet par les sens de leur empirisme. Il souligne les relations établies entre les sens et les contextes d'un objet fortement fragmenté. C'est ainsi que la traduction des données recueillies sur le terrain implique des approches sémiologiques multiples puisqu'ils concernent l'association des objets avec des groupes humains, par le biais des représentations. Ces situations de communication posent obligatoirement la question de l'énonciation. Si nous abordons la parole des enquêtés en tant que discours, c'est parce que celle-ci constitue « toute énonciation supposant un locuteur et un auditeur, et chez le premier l'intention d'influencer l'autre en quelque manière[20] ». L'analyse de textes de communication — articles, ouvrages techniques, comptes rendus, — est déterminante à l'heure de signifier le registre et la progression de la situation qui nous occupe, puisqu'elle provient en grande partie de la population enquêtée.

Ainsi, cette thèse aspire à rassembler l'essentiel de ce que configure le monde de la céramique aujourd'hui et s'appréhende comme une grille de lecture de sa vie sociale. À travers l'ensemble des parties, articulées aux études de cas spécifiques, nous aspirons à mettre en lumière la forte malléabilité du milieu, mais surtout, les manières qu'il a d'exister, en tant que monde parallèle à l'art contemporain, mais aussi à l'artisanat de l'art. Pour cela, la recherche contemple les enjeux discursifs, épistémologiques, sociaux, économiques et politiques que traversent les problématiques liées aux déplacements des frontières artistiques.

[20] Émile Benveniste, *Problèmes de linguistique générale*, Paris, France, Gallimard, 1980, vol. 2, p. 241.

PREMIÈRE PARTIE

Ethnographie de la céramique : construire une culture de métier et d'art

Cette première partie propose une ethnographie et une sociohistoire de la céramique contemporaine par la construction des valeurs artistique et patrimoniale au prisme de la création. Il s'agit ici de caractériser la polarisation de la céramique selon le positionnement et la représentation des acteurs qui la composent et l'investissent pour parvenir progressivement à en faire une pratique artistique contemporaine qui demeure multisituée entre patrimoine, artisanat d'art, art et art contemporain. Dans **le premier chapitre** nous interrogerons d'abord comment la céramique est-elle passée d'être un champ d'études généralement associé à l'archéologie ou aux sciences exactes (chimie des matériaux, céramologie) vers un objet d'étude intéressant les sciences sociales de la modernité. Cet intérêt récent permet de retracer la naissance de la céramique d'art : de la sociogenèse de la pratique de la céramique depuis son acception ancestrale jusqu'à l'affirmation de son caractère artistique. Entourée par des mythes et symboles, elle s'est développée au sein d'une pluralité de registres allant du plus artisanal au plus conceptuel. L'approche sera faite à partir du groupe de céramistes investis dans le projet d'artification de leur métier[21], à travers notamment des conceptions de la pratique issues d'un système de conventions, normes et valeurs entre l'art et le métier. **Le deuxième chapitre** explore l'expérience d'un groupe de créateurs désignés sous le nom d'artistes céramistes[22]. À travers la construction d'un langage marqué par la double adhésion aux normes du monde de la céramique d'art et de l'art contemporain, ces artistes céramistes participent de l'artification de ce monde, tout en affirmant la valeur patrimoniale de leur travail de création (virtuosité technique, savoir-faire, dimension traditionnelle, etc.). Ici, la notion de contemporanéité incarne l'intention artificatrice du milieu. Nous verrons cependant combien les discours valorisent la part historiquement artisanale de la pratique, laquelle est jugée complémentaire dans son accession au monde de l'art

[21] Flora Bajard, *Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être*, Thèse de doctorat (en cours de publication), Université de Lausanne, Institut des Sciences Sociales, s.l., 2014, 707p.

[22] Au début, nous avions choisi l'appellation « potiers contemporains » pour désigner ce groupe. Il s'agissait là de la réappropriation d'un terme employé par certains céramistes pour se définir. Cependant, nous avons décidé de ne pas en faire usage puisque le terme potier tend à délimiter une catégorie trop renfermée dans une vision ne faisant pas consensus. Ainsi, nous avons retenu la notion d'« artistes céramistes » pour son caractère inclusif, lui permettant d'embrasser plus de singularités.

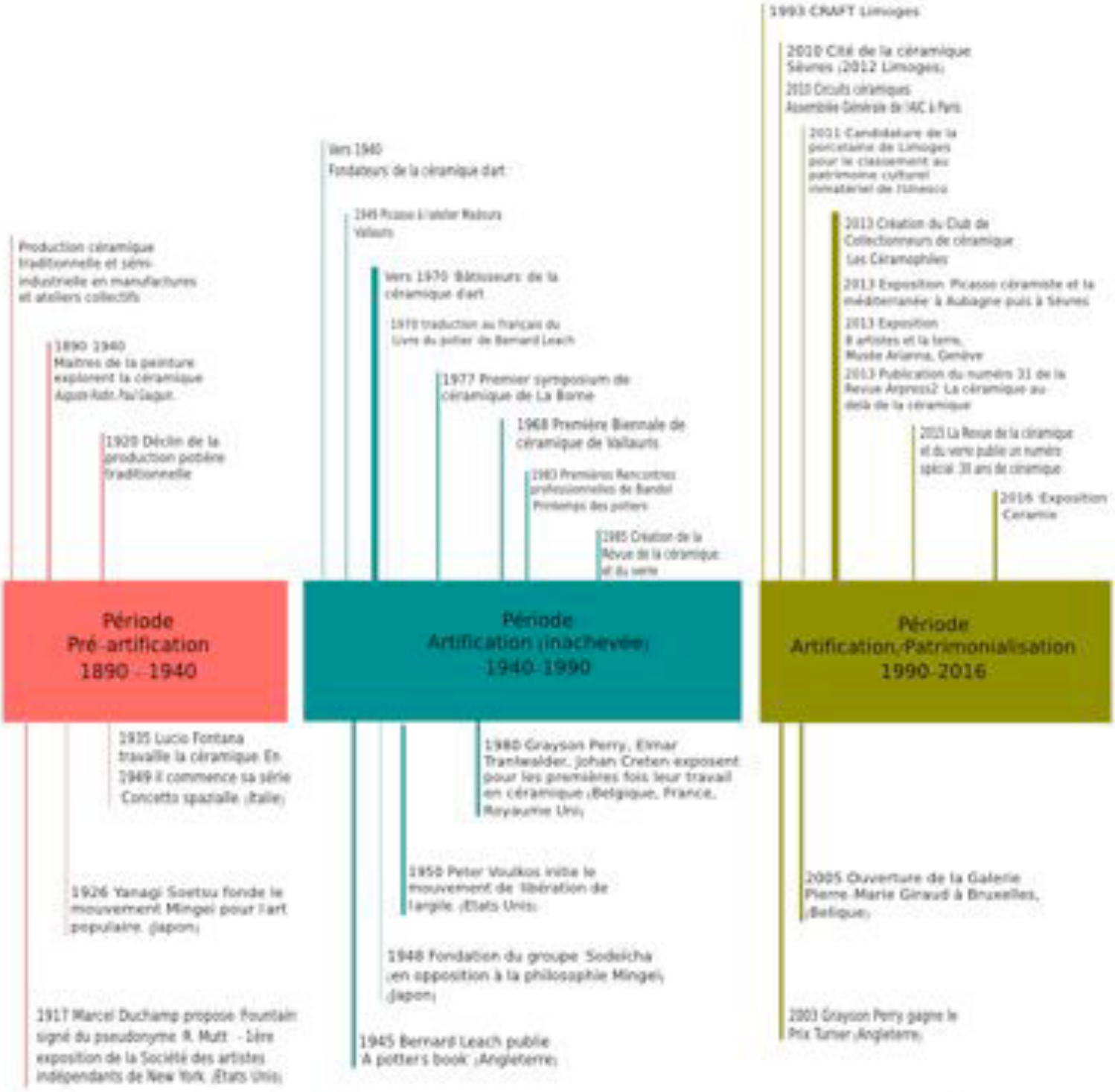
contemporain. **Le troisième chapitre** explore les croisements les plus récents entre le milieu de la céramique et l'art contemporain, à l'instar des transformations sociales et artistiques plus larges. L'émergence de nouvelles pratiques et usages de la céramique induit des reconfigurations dans les discours, voire dans la définition même de la pratique. Le propos n'est pourtant pas de montrer combien ces mutations sont « révolutionnaires » pour le milieu de la céramique et/ou de l'art contemporain, mais de comprendre comment fonctionnent ces croisements, les mécanismes à l'œuvre et de saisir les enjeux de ces nouveaux regards sur la matière et la pratique. Si la création contemporaine avec la céramique intègre le paradigme de l'art contemporain[23], elle n'annule point son héritage patrimonial, mais opère un va-et-vient entre différents ses versants. L'objectif de cette première partie est ainsi de comprendre comment se construisent les valeurs et les normes professionnelles dans un monde de l'art qui peine à concilier ses deux principaux registres, mais qui en fait paradoxalement son argument de force. Il s'agit donc d'observer les structures de ces transformations : comment la céramique s'est-elle polarisée ? Que fait l'art contemporain à la céramique ? Qu'est ce que la céramique fait à l'art contemporain ? Quelle est la place donnée à la question patrimoniale et la tradition technique, dans la création artistique contemporaine ? Pour cette première partie, notre posture épistémologique a consisté à reprendre des méthodes de la sociologie qualitative, afin de pouvoir disposer d'outils conceptuels permettant de situer au les diverses dimensions de la création. De ce fait, nous avons procédé par observation par groupes à partir d'une organisation hiérarchique par le nombre à travers trois niveaux : *macro, méso et micro*. L'échelle macro correspond au groupe des céramistes d'art, l'échelle *méso* correspond aux artistes céramistes et l'échelle *micro* aux céramistes d'art contemporain. La question des niveaux d'analyse est tout à fait centrale, car elle distribue les groupes au sein d'une perspective du plus dominant au plus marginal tout en renversant l'ordre à partir d'un « changement d'échelle » opérée au sein des différentes dimensions de ce monde de l'art.

[23] Nathalie Heinich, *Le paradigme de l'art contemporain: structures d'une révolution artistique*, Paris, France, Gallimard, 2014, 373 p.

Graphique 1 :

Moments marquants de l'histoire de la céramique

Du déclin de la poterie à la céramique contemporaine



« *Lorsqu'on veut définir l'Art ou la beauté, l'on s'aperçoit que c'est chose aussi difficile que de savoir ce qu'est Dieu. Et les esthéticiens comme les théologiens offrent souvent des définitions qui se contredisent* »

Jean Gimpel, *Contre l'art et les artistes*, 1968

Chapitre I : Construire les valeurs artistiques et patrimoniales

Face aux multiples visages de la céramique, ce premier chapitre propose d'abord un questionnement sur ce qui définit la céramique en tant qu'objet social. En quoi la céramique retranscrit-elle les diverses dimensions des relations entre les humains et les choses ? Comment la valeur d'usage de la céramique s'est transformée en valeur d'art ? C'est d'abord par une réflexion autour de la culture matérielle et l'intérêt que « les choses » peuvent avoir pour l'étude du social que l'on tentera dans ce premier chapitre de mettre en lumière les trajectoires sociales de la céramique, depuis sa dimension mythologique jusqu'aux traitements et conditions de son appropriation théorique par les sciences humaines. La première section de ce chapitre vise ainsi à définir les structures théoriques de notre objet de recherche afin de pouvoir situer les considérations méthodologiques que l'on a choisi de suivre tout au long de la thèse. Le deuxième segment propose de retracer une sociohistoire de la céramique d'art, partant de la déconstruction de la culture potière vers la construction d'une scène territorialisée de la création artistique avec la céramique. Il s'agit de comprendre les caractéristiques de l'évolution des dimensions populaire, traditionnelle et utilitaire de la poterie jusqu'à se transformer en une pratique porteuse d'une intention artistique. L'objectif de ce chapitre est d'apporter un éclairage sur les processus de construction des normes et valeurs professionnelles d'un segment de l'art particulièrement discret, et dont l'instabilité semble être au fondement de son état polarisé. En partant de ces postulats, et en mettant la focale sur la porosité des frontières, nous tenterons de comprendre l'articulation des valeurs patrimoniales aux processus d'artification.

1. De la sociogenèse d'un mythe à l'objet de recherche en sciences sociales

Les mythes sur les origines de la céramique renvoient à de nombreuses légendes enveloppant l'imaginaire de l'invention de la céramique dans le monde. Jean Girel introduit sa brève histoire de la céramique par un récit mettant en scène un chaman en train de lancer des figurines en céramique dans le feu pour prédire l'avenir des hommes. Cette scène a lieu il y a trente mille ans, en Moravie. Le geste que Jean Girel décrit consistait non seulement à prédire l'avenir « en soumettant à l'oracle du feu la question de l'argile », mais il marquait la naissance d'une nouvelle pratique : la céramique.

> « L'homme est debout, devant le four en forme de fer à cheval et attise le feu. Près de lui est rangée toute une série de petites figurines animales, modelées dans une argile encore fraîche, réalistes, avec des détails gravés à l'ongle ou rapportés par collage. Dès que le foyer devient incandescent, l'homme prend une de ces petites figurines et la jette dans les flammes […] Puis c'est l'explosion, les éclats de la petite sculpture volent parmi les escarbilles […] Le dernier modelage qui vient d'être lancé, un mammouth, résiste sans bruit à la flamme. L'homme attend encore quelques minutes puis retire du foyer la figurine brûlante et la pose, dure et intacte, sur une pierre froide. Le verdict est prononcé, les hommes sortent : ils savent maintenant quel animal ils doivent chasser aujourd'hui[24] »

Ce chaman serait le premier céramiste de l'humanité, parce qu'il fait cuire l'argile. Dans ce récit se retrouvent quelques-unes des nombreuses images qui composent l'imaginaire céramique : du rituel mystique auquel s'adonne le céramiste, au processus de transformation chimique des éléments, ainsi que sa fonction au sein du quotidien des hommes. La scène décrit par ailleurs une pratique cultuelle dont le spectacle fourni par la transformation de la matière suffirait à étonner les hommes et les femmes qui le regardent. La céramique peut ainsi se lire à travers deux registres : le premier correspond à sa dimension mythologique construite par sa présence au sein

[24] Jean. Girel, *Une brève histoire de la Céramique*, Paris, J.-C. Béhar, 2014, p. 5.

des sociétés du monde, de la sphère domestique au culte spirituel[25]. Les discours entourant l'apparition de la céramique et son appropriation culturelle et cultuelle par les individus, se trouvent habituellement teintés par la mise en avant du caractère séculaire de la pratique[26]. Son existence historique est aussi l'une de ses grandes « singularités » et c'est cette présence au sein des cultures du monde et au cœur du quotidien des individus, qui lui confère sa valeur patrimoniale. Le deuxième concerne les processus matériels qui la définissent et les transformations chimiques que subit l'objet en argile sous l'action du feu. Son acception la plus courante illustre d'un côté l'hétérogénéité des matières[27] et de l'autre, la spécificité de l'objet fini, après cuisson : « Art de façonner l'argile et d'en fixer les formes par la cuisson. Le mot céramique désigne des produits de composition et d'apparence diverses, ayant pour base l'argile ou toute terre plastique[28] ». La transformation de la matière étant irréversible une fois que la terre a été soumise aux effets du feu, le processus de cuisson de l'argile deviendrait ainsi sa plus grande spécificité. Le dénominateur commun est donc la matière et sa transformation par le feu. Toutefois, une définition de la céramique à partir de cette approche serait réductrice au vu de sa forte dimension sociale (son évolution dans l'histoire du monde, ses fonctions au sein des sociétés, la variabilité

[25] Nombreuses sont les croyances religieuses sur les origines de l'homme et de la femme, construites autour du *mythe que Dieu aurait créé l'homme en argile*. Pandora par exemple, la première femme grecque, était une femme d'argile conçue par Zeus et fabriquée par Héphaïstos. Elle s'accompagnait d'une grande jarre en céramique où les maux du monde étaient enfermés. La religion Chrétienne de son côté, relate les origines de l'homme avec la naissance d'Adam qui avait lui aussi été modelé avec de la glaise. De même, pour l'Islam *« Allah a crée l'homme d'argile sonnante comme la poterie »* (V*erset 14 chap. 55 du Coran).*

[26] Si certaines sources remontent l'origine des premières poteries à 16500 ans av. J.-C, Girel affirme que 12500 ans est la date reconnue par les spécialistes. Les systèmes de datation sont de plus en plus pointus. L'apparition de la céramique se situe pendant le paléolithique supérieur sous la forme d'un art rituel qui a perduré pendant le Néolithique. Elle se généralise avec la sédentarisation des hommes : la fragilité de la terre cuite rend incompatible la vie nomade et le développement de la poterie (le passage de la brique crue à la brique cuite constitue sans doute une des plus importantes inventions techniques de la céramique architecturale). Aux bords du Sahara, le proche orient, la méditerranée et en Extrême orient, l'apparition simultanée de la céramique dans des lieux distincts de la terre -de la Mésopotamie à la Syrie vers 7200 av. J.-C.- s'explique par des besoins sociaux et humains, notamment liés à la sédentarisation ou à la pratique cultuelle. Dans le continent américain les premières poteries identifiées datent de 5500 ans avant J.-C. et proviennent de Santarem, au Brésil ou de 4500 ans av. J.-C en Colombie. En Equateur les premières productions ont été datées de 3200 av. J.-C., à Valdivia, dans la côte de la région de Manabí.

[27] Il existe en céramique des techniques et des processus très divers (raku, céladon, cristallisation, terre vernissée, etc.), de nombreux matériaux et argiles (chamotte, porcelaine, rouge, verte, grès, etc.), équipements (fours à gaz, à bois ou électriques), systèmes de cuisson, manufactures (modelage à la main, au tour, moulage, etc.).

[28] Définition coécrite par Marcelle Brunet, Jeane Giacomotti et André Pecker, http://www.universalis.fr/encyclopedie/ceramique/ (Consulté le 10 août 2015).

des pratiques, techniques, savoirs, etc.). Cette articulation des deux dimensions — matérielle et sociale — participe pleinement de la construction d'un imaginaire composite et nourri par une gamme hétérogène de représentations sociales.

1.1 La céramique comme objet d'étude : de la chose au fait social

La question que jaillit de cette association de sens est la suivante : Comment est-elle passée de sa condition de témoin de l'histoire des cultures à un objet vitrine des champs artistiques ambivalents ?

Depuis la dernière décennie, le constat d'un intérêt inédit de la recherche universitaire pour la céramique au prisme multidisciplinaire : sociologie du travail, esthétique, sciences de l'information et de la communication[29], est de plus en plus avéré. L'intérêt grandissant et récent pour un objet ambivalent fait écho aux changements structuraux des pratiques et des discours, alors qu'il s'opère un brouillage des frontières artistiques des milieux depuis longtemps méconnus du grand public et de la recherche scientifique. Pour certains d'entre nous, cet intérêt s'inscrit aussi dans le lien personnel et filial des chercheurs avec le domaine étudié[30]. Dans tous les cas, il semblerait bien que cette dynamique consistant à saisir l'objet par différentes méthodes et approches scientifiques s'agrège au projet artificateur et de patrimonialisation du monde de la céramique, à travers notamment la construction d'un corpus théorique visant à objectiver les singularités du monde de la céramique.

Afin de situer la recherche, nous nous sommes penchés sur le passage statuaire d'un objet encore à défricher vers celui d'un objet de recherche transversal. En effet, force est de constater que si le tournant est récent, un tour rapide par les divers catalogues et bibliothèques montre combien la céramique a été principalement l'objet d'études en histoire et d'une autre perspective scientifique exacte, de la recherche en chimie des matériaux et de l'industrie. En sciences humaines, la céramique a surtout intéressé les chercheurs en tant qu'instrument pour la recherche archéologique, anthropologique,

[29] Flora Bajard (les céramistes d'art ; du travail d'atelier au groupe professionnel), d'Anne Jourdain (Ethiques de marché des artisans d'art de France), Sabine Pasdeloup (Histoire de l'art sur la céramique japonaise et européenne), Thierry Bonnot (l'attachement aux choses vue collectionneurs de céramiques populaires), Marielle Moreaux (thèse autour de la technique « Raku »), etc., sont quelques uns des chercheurs à s'intéresser dans l'actualité à l'analyse du domaine de la céramique, et plus largement des secteurs de l'artisanat d'art et du travail artistique, auxquels ce travail de doctorat s'ajoute.

[30] Flora Bajard, « Enquêter en milieu familier », *Genèses*, 1 juin 2013, n° 90, n° 1, p. 7-24.

en ce qu'elle est témoin de l'évolution des cultures et des peuples du monde, de leurs patrimoines culturels matériels et immatériels. La céramique a été pendant longtemps observée par son inscription dans la culture technique des groupes sociaux. Si elle permet de comprendre les gestes des anciens — des contextes rituels aux plus domestiques —, d'elle découle la possession d'un langage symbolique liée à la technique, la matière et le rapport entre les hommes et les objets. Concrètement, son caractère polysémique ne fait que renforcer la difficulté de saisir le début et la fin de l'objet (la céramique définie en tant qu'objet, œuvre, pratique et monde social). L'étude de la « culture matérielle » est abondante en sciences sociales, notamment dans le domaine de l'anthropologie des techniques à partir d'une réflexion sur l'invention, l'innovation, les technologies culturelles. Ladite approche a autant de conséquences théoriques sur l'ambivalence et l'instabilité de la locution. Comme l'a montré André Leroi-Gourhan dans ses écrits sur le geste et la parole, ils seraient les premiers signes de l'intelligence. C'est ainsi que l'activité de l'*homo faber* (celui qui fabrique) et de l'homo *sapiens* (celui qui pense) est liée aux cycles de progrès techniques, et c'est dans la création d'ensembles fonctionnels comme la céramique que s'affirment les processus des groupes. Sur ce point, la céramique constitue le territoire où sont visibles les caractères évolutifs des modalités techniques, fonctionnelles et esthétiques particulières à chaque collectivité humaine. Ce que André Leroi-Gourhain appelle l'« esthétique fonctionnelle », devient le signe des exigences et des jugements de valeur au sein d'un groupe (puisque pour une même fonction, les esthétiques des objets diffèrent). Plus ponctuellement, cette transition intègre aussi l'étude sociologique des mondes artistiques. Howard Becker s'était intéressé à la céramique comme un espace représentatif de l'ambiguïté des mondes de l'art et leur croisement avec les techniques artisanales. C'est au sein du chapitre IX de « Les mondes de l'art » consacré à « l'art et l'artisanat », que l'auteur décrit les ambiguïtés et complexités de l'organisation de ces mondes et les différents types d'évolutions « quand l'artisanat devient de l'art ou quand l'art devient artisanat » :

> « Une même activité, qui met en jeu les mêmes matériaux et le même savoir-faire de manière apparemment semblable, peut prendre l'une ou l'autre appellation (art ou artisanat). L'histoire de chaque forme d'art comporte des phases caractéristiques de mutations : une activité conçue et définie comme un artisanat par ses praticiens et par

> le public est redéfinie comme art, ou vice-versa. Dans le premier cas, les participants à un monde de l'art font des emprunts à un monde de l'artisanat, ou se l'annexent complètement. Dans le second, un monde de l'art qui a déjà une longue histoire commence à présenter quelques traits caractéristiques des mondes de l'artisanat. […] L'analyse des relations complexes entre l'art et l'artisanat et des mécanismes de transformation de l'un et l'autre éclaire le fonctionnement des mondes de l'art[31] »

Au cœur même des instabilités de ces mondes, Becker désigne les connaissances, l'habileté manuelle, la discipline mentale, le savoir-faire et la fonction comme justifiant la logique de l'artisanat, à côté d'un autre critère esthétique qui est celui de la virtuosité. Mais, la distinction entre les artisans et les artisans d'art s'inscrit dans les modalités d'exercice de leur métier : les premiers tentent « de bien faire leur travail et de gagner leur vie correctement, et les artisans d'art (sont) plus ambitieux dans leur pratique et dans leur réflexion[32] ». Selon Becker, un monde de l'art des « arts mineurs » s'organise autour des activités et possède presque les mêmes attributs des arts majeurs (expositions, récompenses, collectionneurs, enseignement…). Ainsi, pour illustrer ces partages, il utilise de nombreux exemples sur la céramique. Sur la virtuosité technique, lit-on par exemple :

> « Un potier peut façonner des poteries aux parois sin fines que d'autres potiers seraient incapables de leur donner une forme régulière. Ou au contraire, il peut travailler au tour des quantités d'argile que d'autres seraient incapables de manipuler correctement. La virtuosité a des applications différentes selon les domaines, mais elle correspond toujours à une maîtrise exceptionnelle des techniques des matériaux[33] »

Par ailleurs, sur la lutte pour élever la poterie au rang des beaux-arts il cite les travaux de l'artiste étasunien Robert Arneson (qu'il qualifie de « créateur de céramiques qui sont en fait des sculptures ») qui à la fin des années 60 réalise des œuvres en céramique « anti-utilitaires » comme une théière au bec en forme de pénis ou une

[31] Howard Becker, *Les mondes de l'art*, Paris, France, Flammarion, impr. 2010, 1988, vol. 1/, p. 276.
[32] *Ibid.*, p. 279.
[33] *Ibid.*, p. 278.

série d'assiettes inutilisables puisque des briques s'y enfoncent progressivement. Ce travail met en évidence l'élaboration de critères artistiques en lien ou en autonomie avec la virtuosité technique des artisans et praticiens plus académiques :

> « À partir du moment où l'utilité est un critère dévalué, il en va de même pour l'habileté technique. Ce qu'un artisan d'art de la génération antérieure a mis toute une vie pour apprendre devient tout à coup dérisoire[34]»

C'est ainsi que Howard Becker propose une réflexion sur les mutations de critères artistiques et artisanaux à partir des systèmes idéologiques, esthétiques et des formes d'organisations sociales. Si la céramique ne constitue qu'un exemple parmi d'autres domaines analogues comme le tissage, la verrerie, l'ébénisterie, etc., c'est parce que les études des transformations des mondes de l'art retrouvent un intérêt nouveau au sein des sciences sociales. Les travaux d'Anne Jourdain introduisent les activités liées aux métiers d'art, avec la céramique comme point de repère, à partir d'une approche socio-économique avec notamment un ouvrage intitulé « Du cœur à l'ouvrage », issu de sa thèse de doctorat. Flora Bajard est sûrement celle qui a marqué le plus fortement cet intérêt actuel pour la céramique en tant qu'espace social pour l'investigation. Son approche des phénomènes sociologiques du travail à travers le groupe professionnel des céramistes, explore pour la première fois, la dimension culturelle de la céramique en tant qu'identité professionnelle et artistique. Cette considération nouvelle pour des mondes artistiques spécifiques et instables comme la céramique permet de (ré) interroger les clivages et les nuances des frontières des mondes de l'art à partir de nouvelles variables.

L'étude de l'objet matériel et social en interaction avec les individus suppose un moyen de se saisir de la dichotomie sujet/objet. Dans son ouvrage sur « L'attachement aux choses », Thierry Bonnot avance que « les objets matériels présents dans les sociétés humaines sont des faits sociaux complexes, ambivalents et instables, qui interagissent entre eux et avec les individus et les collectifs qui les manipulent, les admirent ou les méprisent et les font circuler[35] ». Saisir les vies

[34] *Ibid.*, p. 282.

[35] Thierry Bonnot, *L'attachement aux choses*, Paris, CNRS Éditions, 2014.

sociales des objets implique ainsi le refus des dichotomies classiques s'établissant entre matériel/immatériel, technique/société, objet/sujet. Bonnot revient sur la laborieuse tâche de circonscrire la « culture matérielle » et pour cela, il se rapporte à la pensée de Marcel Moussette qui communiquait son désaccord sur la dualité « manichéenne » des divisions « commodes » de la « culture matérielle » faites en sciences humaines. Marcel Moussette considère que « l'étude en deux temps[36] » — d'abord les objets matériels et ensuite l'aspect culturel et symbolique de la vie humaine — est une problématique dont le chercheur doit s'affranchir. Il encourage ainsi à « associer aux recherches sur la production et la fonction des objets un travail sur leur dimension signifiante, tel qu'elle est produite par les usagers. D'où la distinction [...] entre fonction et usage, l'une étant un composant de la signification de l'objet et de l'identité de l'objet, l'autre émergeant de l'observation et de la description des pratiques[37] ». Pour Marcel Maussette, l'objet physique comporte une grande part d'idéel. En se servant des trois niveaux des objets proposés par Lewis Binford (1962) : *technomic*, les objets de l'homme constituant son point d'insertion sur l'environnement physique ; *sociotechnic*, l'ensemble des objets reliés au sous-système social (institutions famille, mariage…) ; *idéotechnic*, les objets en rapport avec la composante idéologique du système social, l'auteur affirme qu'il n'y a pas d'opposition entre culture matérielle et culture idéelle ou spirituelle[38]. C'est donc en s'affranchissant de sa condition d'objet éminemment dichotomique, que la céramique a pu s'insérer dans des cadres de significations plus amples. Si l'on suit cette logique, l'exercice que nous opérons peut s'assimiler à celui d'une nouvelle archéologie du contemporain, en ce qu'elle aspire à pénétrer dans le monde social des objets et leurs significations intrinsèques et extrinsèques. En même temps que cela revient quelque part, mais sans aucune ambition d'exhaustivité, à faire une étude sémio-sociologique de l'attachement aux mondes de l'art et aux objets.

C'est ainsi que l'on vient à considérer l'étude de la collection en tant qu'objet matériel et symbolique puisqu'il est un espace riche en significations de par les interactions qui s'y opèrent (la possession, l'attachement et l'amour de l'art). Le mot

[36] Moussette Marcel, « Sens et contresens. L'Etude de la culture matérielle au Québec » 1982, in Bonnot Thierry, 2014

[37] T. Bonnot, *L'attachement aux choses*, *op. cit.*

[38] Marcel Moussette, « Archéologie et changements matériels (XVIIe-XIXe siècles) », *Annales de Bretagne et des pays de l'Ouest*, 1988, vol. 95, n° 4, p. 369-377.

« actant », propre à la sémiotique, permet selon Bruno Latour d'élargir « la question sociale à tous les êtres qui interagissent dans une association et qui s'échangent leurs propriétés[39] ». Thierry Bonnot conçoit les objets comme des actants en reliant cela au fait que les objets seraient des médiateurs dans nos relations au réel. Ils régissent et influencent non seulement ce rapport au réel, mais leur existence viendrait définir les acteurs, structurer les espaces, établir des hiérarchies sociales tout en fixant les normes. Ainsi, la tentative de retirer toute sorte d'affects des objets étudiés en sciences sociales, reviendrait à dissimuler le rôle qu'ils jouent dans la construction des valeurs. En nous inspirant également et partiellement de la théorie d'Antoine Hennion, qui défend le fait que l'art (notamment la musique) constitue des terrains d'étude dont l'émotionnalité et la complexité ne pourraient être omis, l'étude du territoire social des objets céramiques chez les amateurs, aspire à proposer une théorie non pas générale, mais une structure méthodologique d'étude pouvant être transposable à d'autres champs de matière, quelque peu « outsiders » et analogues à la céramique comme le verre, la gravure et le textile.

L'objet céramique, produit de la relation corps-matière, autant dans sa matérialité que dans sa symbolique, projette l'analyse « des choses comme des faits sociaux », si l'on reprend la logique énoncée par Bruno Latour (inversement à la méthode durkheimienne que consiste à considérer les faits comme des choses). Cet ancrage dans une logique d'objectivation ne place pas pour autant la céramique uniquement en tant que chose ou en tant que fait, mais le regarde sous le prisme de son usage et ce qui le rattache aux hommes. Bruno Latour, dans son article « Une sociologie sans objet ? Remarques sur l'interobjectivité », note que l'interaction dans un cadre déterminé se trouve disloquée par « un je ne sais quoi », qui ne tiendrait pas forcement que du monde social. L'auteur s'interroge si la sociologie doit-elle demeurer sans objet et affirme que chez les humains (en opposition aux primates) la vie sociale explique la structure absente par des symboles. Cependant, l'explication des interactions complexes chez les hommes ne pourrait pas reposer sur les symboles : « Pourquoi ne pas faire appel à autre chose, à des objets innombrables absents chez les singes, omniprésents chez les humains, qu'il s'agisse de localiser une

[39] Bruno. Latour, « Une sociologie sans objet ?: remarques sur l'interobjectivité », *Sociologie du travail Objets & mémoires*, 1994.

interaction ou de les globaliser[40] ? ». Ainsi, l'omniprésence des objets dans toutes les situations permettrait de trouver les sens des interactions. Il considère que les objets n'apparaissent que sous trois modes : outillage, superstructure déterminante et écran de projection. Leur condition d'outil leur doterait d'un pouvoir de transmission de l'intention sociale et « comme infrastructures, ils sont reliés entre eux formant une base continue de matière, sur laquelle se trouve ensuite coulé le monde social des représentations et des signes[41] ». Considérés comme des écrans, ils sont le reflet des « statuts sociaux » et de la distinction et dénaturent ainsi le monde social : « La sociologie reste trop souvent sans objet. Comme beaucoup de sciences humaines, elle s'est construite pour résister à l'attachement aux objets, qu'elle appelle de fétiches »[42]. Ainsi, les outils permettent de capter « l'action », dans le sens où c'est l'acteur qui provoque les transformations dans le corps social. Cette perspective de l'action se voit dessinée par un processus d'attribution d'une compétence : la médiation, non pas dans une acception d'intermédiation ou d'écran, mais « comme un évènement qui ne saurait se définir ni par ses entrées, ni par ses sorties, ni par ses causes, ni par ses conséquences[43] ». Bruno Latour met la focale sur le cadre (c'est-à-dire les structures qu'organisent l'expérience, concept analysé par Erving Goffman[44]) pour localiser l'interaction. Et c'est dans ce cadre que l'on fait appel à la détermination par les forces matérielles qui sont les objets et aux contraintes physiques et symboliques de la matière. Les objets sont donc médiateurs (et non pas des moyens), ils sont des actants, et ne transmettent pas fidèlement la *force.* C'est donc en cela qu'« il faut traiter les choses comme des faits sociaux ; remplacer les deux illusions symétriques de l'interaction et de la société par l'échange de propriétés entre les acteurs humains et non-humains ; suivre le travail, entièrement assignable, pour localiser et pour globaliser[45] ». Ainsi, si « l'objet » est observé, non pas dans sa seule condition matérielle (ou d'objet prothèse : objet/sujet), mais dans son acception

[40] *Ibid.*

[41] *Ibid.*

[42] *Ibid.*

[43] *Ibid.*

[44] Erving Goffman, *Les cadres de l'expérience*, traduit par Isaac Joseph, traduit par Michel Dartevelle et traduit par Pascale Joseph, Paris, France, les Éditions de Minuit, impr. 1991, 1991

[45] B. Latour, « Une sociologie sans objet ? », art cit, p. 56.

sociale, il convient de dire que l'objet n'est pas nié dans sa condition de production artistique. Placer l'objet céramique d'abord en tant qu'objet et non pas d'emblée en tant qu'œuvre d'art, répond avant tout à un problème épistémologique. Cette posture relationnelle des sujets et des objets les place dans une interaction mutuelle : le rapport des hommes aux objets observe par exemple le rapport des collectionneurs aux œuvres d'art, en inscrivant l'objet dans leur propre capacité de transfiguration (de l'objet à l'œuvre d'art, de l'œuvre à l'objet, etc.). C'est alors qu'on admet que la céramique est un « terrain » particulièrement propice à la mise en exergue de la construction d'une sémantique de l'objet, étant donné la difficile construction des valeurs et des représentations de son caractère artistique, matériel, conceptuel, technique, etc., ancrée dans une ambivalence désormais assumée, voire affirmée.

L'analyse des situations dans lesquelles les objets en céramique se confrontent à la production de sens, à leur présence dans des situations au grès des attachements et détachements des individus, est pensée dans une médiation de la « relation entre sujets et objets (que) ne se limite pas à une relation physique entre le corps du sujet et la matière de l'objet[46] ». Ainsi, la première approche de la relation hommes-objets, au prisme de la matérialité et des processus affectifs, au sein des récits qu'en font les hommes, montre combien certaines représentations sont intimement liées à la nécessité que voient les acteurs de voir rétablir la valeur matérielle et technique dans l'art et de faire exister la céramique en tant que monde de l'art pour laquelle la force gravitationnelle serait l'objet. Ces formes d'appropriations procèdent d'un système de signes faisant émerger les conditions pour l'établissement d'un nouveau paradigme artistique spécifique que nous tentons de comprendre à travers l'évolution des critères, le développement de ses organisations et les changements parfois graduels, parfois brutaux s'opérant dans ce monde.

2. De la tradition potière à l'émergence de la céramique d'art

Le monde de la céramique était organisé jusque dans les années 40 en régime de communauté, c'est-à-dire qu'il se trouvait régi par des logiques du monde du travail

[46] *Ibid.*

ouvrier. Flora Bajard livre dans sa thèse sur les céramistes d'art en France[47], le portrait d'une activité salariale et d'un choix de métier s'inscrivant dans une logique de travail alimentaire comme tout autre métier où la force et les tâches routinières prédominaient sur le geste intellectuel. En effet, la production de tuiles, carreaux, carafes, et autres objets en terre cuite, était surtout l'affaire d'artisans ouvriers travaillant dans des manufactures, petites usines de céramique ainsi que dans des entreprises familiales. Ils appliquaient des gestes routiniers où le « faire » prédominait sur le « savoir ». C'est ainsi que la distinction entre le « geste de la main » et non le « geste de l'esprit », s'est posé comme une première ligne de partage entre production et création. L'entreprise « potière » désigne, non seulement la production du « pot » en petites séries, mais une vaste production industrielle et semi-industrielle d'objets permettant de conserver, fabriquer et consommer les aliments ainsi que d'aménager l'espace de vie, avec aussi la production d'éléments architecturaux en terre cuite, comme les tuiles, lavabos, carreaux, entre autres. Ainsi, la poterie, ce « métier d'antan » désigne surtout à l'activité consacrée à la production d'objets essentiels du quotidien, notamment de l'espace domestique, dans la mesure où les systèmes réfrigérants de conservation des aliments étaient absents. Pour ce faire, le travail était fragmenté dans un but de rendement économique et reposait sur une forte parcellisation des tâches, la mécanisation du fait de la production en grandes quantités et la répétition des gestes manuels : « Le travail est […] parcellisé dans un objectif de rendement : "bouleux" préparant des boules d'argile prêtes à être posées sur le tour, tourneurs et/ou estampeurs, engobeurs, anseuses (poseuses d'anses), cuiseurs, en plus d'éventuelles manœuvres et ouvriers assurant le travail d'acheminement et de préparation des matériaux (bois, argile), puis de livraison de la marchandise[48]. » On est encore loin de « l'engagement vocationnel » propre à l'artiste et du lien symbolique avec la matière caractéristique des céramistes d'art. Il s'agit avant tout de l'exercice d'un métier manuel dicté par la structuration familiale et sociale de l'époque : « Ce n'est pas l'appel de la vocation qui oriente ces travailleurs de l'argile, mais bien les opportunités d'emploi offertes par le réseau social local et familial, ainsi que par la configuration économique des secteurs industriels et productifs de la

[47] Flora Bajard, *Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être*, Thèse de doctorat (en cours de publication), Université de Lausanne, Institut des Sciences Sociales, s.l., 2014, 707 p.

[48] Ibid., p. 77.

région[49] ». Il s'agissait d'une production paysanne et industrielle territorialisée en raison de la présence de matériaux favorables à la production céramique (de forêts pour l'approvisionnement du bois pour la cuisson). C'est ainsi que des territoires potiers se développent et se configurent autour de l'activité et la production de céramiques, comme c'est le cas de La Borne, de Roussillon ou de Limoges (avec la porcelaine).

Graphique 2 : Territoires menant une production de céramique en France – Liste non exhaustive de villes ayant une production de céramique, et dont certaines font partie de l'association de cités de la céramique de France ACCF. Carte réalisée par l'auteur. 2017

Cette territorialisation permet d'identifier les poteries régionales à partir de traits caractéristiques et notamment par des décors et styles régionaux. Certains villages se

[49] Ibid.

distinguent pour un ou plusieurs types de production, par exemple les santons d'Aubagne ou les pipes à Saint Quentin la Poterie[50], mais la majorité présente une forte multiplicité de productions des plus traditionnelles aux plus modernes. C'est ainsi que de la Borne à Vallauris, cohabite une diversité de pratiques artisanales et artistiques autour de la céramique. Anne Jourdain explique ce phénomène par un regain d'intérêt territorial pour les traditions locales : « Le régionalisme qui se développe à la fin du XIXe siècle et qui trouvera son apogée dans les années 1930 à travers la valorisation du folklore contribue à la promotion des métiers d'art régionaux en France (la faïence de Quimper, la porcelaine de Limoges, la ganterie de Grenoble...) qui jouissent d'une certaine réputation à l'étranger [51] ». Cette territorialisation passe par la promotion touristique d'un univers autour du patrimoine artisanal local provoquant la mise en œuvre de nombreuses politiques de développement territorial autour de la valorisation de ces savoir-faire localisés en tant qu'identité culturelle territoriale. Les stratégies de développement déployées au sein d'un territoire par les acteurs économiques et institutionnels et créatifs se rapprochent de ce que René Khan appelle les réseaux d'innovation territorialisée lesquelles intègrent des variables culturelles (dans ce cas la céramique) longtemps qualifiées de « facteurs invisibles du développement[52] ». Pour lui, la dimension culturelle du développement territorial est résultante d'un dialogue de l'économie et la culture : « Le dialogue implique que les deux pôles paradigmatiques d'interprétation du fait régional soient présents et qu'aucun des deux ne puisse englober l'autre ou en nier l'existence[53] ». Il est ainsi à considérer comme un processus symbolique intégrant

[50] L'activité céramique de Saint Quentin la Poterie a été relevée dés le XIVe siècle avec les commandes de carreaux de pavement, des poteries du quotidien, notamment par la cité papale d'Avignon. Le musée de céramique de la ville retrace l'histoire séculaire de la céramique dans la commune avec par exemple la confection de pipes. Faire de la céramique l'image de marque devient un projet politique : le nom de la ville « St Quentin la Poterie » est promulgué à partir du décret de 1886 signé par Jules Grévy, Président de la République qui a permis à la commune de marquer sa spécificité. Depuis, les politiques culturelles ont favorisé le développement de l'activité à travers l'incitation à l'installation de céramistes dans la commune ainsi que par une politique d'enseignement et de diffusion fonctionnant comme un « label professionnel et touristique » : « Plus de 20 ateliers de céramistes et potiers sur le village, un musée de la Poterie Méditerranéenne, une librairie spécialisée, une galerie d'art céramique, un atelier Terre et un CFA pour la formation, […] chaque année St Quentin organise un grand festival annuel de la Céramique Européenne : « Terralha » », lit-on sur le site de tourisme de la ville.

[51] Anne Jourdain, *Du coeur à l'ouvrage. Les artisans d'art en France*, Paris, Belin, 2014, p. 23-24.

[52] René Kahn, « La dimension culturelle du développement territorial », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 20 janvier 2011, octobre, n° 4, p. 625-650.

[53] *Ibid.*

l'objet et/ou le lieu patrimonial lequel implique des phénomènes sociaux, économiques et des dispositifs de représentation et de communication comme les médiations du patrimoine. Ce sont ces dernières que permettent d'identifier les objets, les lieux, les pratiques et les savoirs, les requalifiant comme des objets à contempler et à comprendre[54]. Si bien le statut de la poterie n'a cessé d'évoluer, la poterie populaire ou traditionnelle d'aujourd'hui renvoie à des représentations nostalgiques d'une époque passée et prédominante jusqu'au début du XXe siècle. Elle intègre des projets transversaux de développement territorial à travers la dimension culturelle et créative qu'apporte la céramique. Le terme « poterie populaire » désigne grossièrement la production d'objets utilitaires qui varie fortement selon les territoires, les époques et les techniques employées. La production des poteries aux styles et traditions régionales s'incline vers une logique de production quantitative et moins qualitative. Le caractère principalement utilitaire de ce type de poterie demeurait auparavant marqué par la simplicité et l'usage quotidien d'une population issue de la classe populaire (faïence et porcelaine étaient destinées à une population plus favorisée telles que la bourgeoisie). Cependant, diverses techniques comme la poterie vernissée[55], que constitue un exemple de technique céramique traditionnelle et populaire, renvoient à des savoir-faire séculaires et inscrits dans des processus de déclin. Ainsi, l'esthétique populaire de la poterie s'impose comme l'emblème de la céramique traditionnelle et régionale au cœur du processus de patrimonialisation[56] porté par une partie de la communauté professionnelle des potiers et céramistes. Pour l'heure, il est à noter que le modèle de la céramique populaire participe pleinement à la construction d'une structure de production où la notion de folklore n'est pas absente et participe de l'opérativité symbolique du milieu. Il le fait notamment dans une logique de survie. Que l'on prenne l'exemple du potier anonyme ou la figure du

---

[54] Emilie Flon, *Tourisme et médiations des patrimoines*, Arles, Actes sud, 2014.

[55] La technique de la céramique vernissée telle qu'elle est décrite par Jean Girel dans son ouvrage, se caractérise par son faible coût pour le producteur et l'acheteur : la matière première est d'une argile locale (une marne qui peut être cuite à une température modérée (entre 900-1000 °C)). Les traits sont souvent un peu grossiers du fait qu'ils n'ont pas été « toursannés ». La couleur de fond est souvent jaune, l'engobe est posé par trempage de la pièce ou à la louche. La pièce est souvent cuite en monocuisson. Le vernis est composé d'un mélange de plomb, d'argile et de silice.

[56] Nous renvoyons à la lecture des travaux de Jean Davallon et notamment « Le don du patrimoine : une approche communicationnelle de la patrimonialisation, 2006 ». Nous reviendrons sur la question de la patrimonialisation.

célèbre potier qui fut Bernard Palissy[57], la céramique populaire a pris des formes très variables (s'observe aujourd'hui un regain d'intérêt pour la céramique populaire par le nombre croissant de collectionneurs spécialisés). Quoi qu'il en soit, la céramique singulière et créative n'existe à l'époque qu'à travers une production ponctuelle de certains potiers et artistes très minoritaires. En effet, la production issue d'une démarche créative demeure marginale et l'objet d'un intérêt ponctuel, voire sporadique et/ou en complément d'une production conforme aux critères de l'uniformité et de l'efficacité. Les marques d'un geste imprévu comme « la trace des flammes qui donnent une teinte non homogène aux parois d'une pièce[58] » et façonnent l'« accident », ne sont pas encore valorisés. Ces marques du « hasard » vont concéder plus tard la plus-value esthétique et marchande de la céramique d'art. Selon Flora Bajard, l'accident se trouve « au cœur du renversement du stigmate ayant présidé à l'artification du métier, et la valorisation de la matière : les tâches de couleurs, imperfections de formes, coulées d'émaux deviennent les symptômes mêmes de l'unicité et de l'aléatoire de la production artistique[59] ». La présence d'un élément imprévu dans une pièce à vocation sérielle est en principe considérée comme une erreur. Néanmoins, avec le temps et le déclin de la production potière, les changements de critères de jugement vont attribuer à l'objet la valeur de son unicité. En ce sens, la synthèse de l'histoire de l'industrie céramique proposée par Thierry Bonnot donne à voir la dimension d'usage des objets dont la valeur initiale se trouve modifiée avec le passage du temps et les transformations du jugement esthétique. Si l'acheteur de l'époque cherchait à acquérir un objet parfaitement fabriqué, certains collectionneurs d'aujourd'hui placent leur démarche dans une quête du défaut de fabrication ou de l'accident au sein de la série. Autrement dit, considérées comme des défauts pour les potiers et les clients de l'époque, ces erreurs deviennent pour « l'œil de l'expert » la marque de l'objet unique qui s'extrait de toute sérialité et uniformité. Pour Thierry Bonnot, ces marques accidentelles deviendront le critère central de la

[57] Bernard Palissy (né vers 1510) est une des grandes figures de la céramique française grâce à ses nombreuses recherches sur les vernis, les cuissons, sa production « originale pour son époque » et ses nombreux écrits. Son nom est associé à de légendes (notamment sur le caractère obsessionnel qu'il portait sur ses recherches sur l'émail) et ses œuvres font partie de grands musées comme le musée du Louvre, le musée de Sèvres (Cité de la céramique, Sèvres) ou le château d'Ecouen.

[58] F. Bajard, Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être, op. cit., p. 80.

[59] Ibid., p. 92.

recherche de certains collectionneurs, et pour Flora Bajard, ces effets constitueront plus tard un élément marquant dans le déclin du « métier d'antan » et de transition vers la céramique d'art.

2.1 La transition vers une reconnaissance artistique

La transition de la poterie à la céramique d'art s'annonce comme un basculement de taille dans la pratique. L'apparition de ce nouveau régime de valeurs s'opère sur une temporalité relativement longue, mais récente à la fois. Le régime de communauté où la logique de la rentabilité prime va basculer graduellement depuis la fin du XIX siècle et surtout dans les années 40 avec l'évolution du contexte économique et les évolutions techniques de la société. D'abord, comme le décrit Flora Bajard, il se produit une hémorragie de la main-d'œuvre masculine lors de la Première Guerre mondiale suivie par la disparition de nombreuses entreprises et manufactures après la Seconde Guerre mondiale. C'est dans ce contexte socio-politique, articulé à l'arrivée de systèmes de réfrigération, de nouveaux matériaux tels que l'aluminium, le plastique — pour la conservation des aliments —, que va se produire le déclin de l'activité potière. Ce phénomène est aussi en partie provoqué par l'apparition de nouveaux matériaux qui intègrent le quotidien domestique et décoratif des foyers populaires (mais aussi par leur toxicité pour la consommation d'aliments liée à la présence de plomb dans certains vernis[60]). Ces ruptures provoqueront une mutation des pratiques dans le métier ainsi qu'un basculement axiologique des contenus professionnels, et avec ceux-ci l'apparition de nouveaux groupes sociaux, dont les céramistes d'art. D'un point de vue global, Flora Bajard et Jean Girel s'accordent sur l'invention de la céramique d'art comme la conséquence du déclin de la poterie industrielle.

[60] La présence de plomb dans les vernis a constitué en effet un problème au sein de la filière de la production potière vernissée. Alexandre Broignart, dans son « Traité des arts céramiques ou des poteries: considérées dans leur histoire, leur pratique et leur théorie » publié en 1854, avançait que malgré les avantages de la poterie vernissée concernant la praticité de l'usage domestique, la brillance du vernis, et ses coûts très bas, la qualité constitue un défaut de taille : « Leur texture poreuse et lâche, n'ont aucune ténacité ; elles se laissent aisément pénétrer par les corps gras et s'empuantissent en peu de temps […]. Ce vernis est d'ailleurs souvent fort tendre, assez altérable, et a pu, dans certains cas, devenir nuisible à la santé ». Les recherches pour l'obtention des meilleurs résultats sur les plans de la salubrité, l'économie et l'esthétique n'ont cependant pas réussi à satisfaire les exigences du marché : « On a cherché à perfectionner cette poterie en lui donnant une texture plus serrée et un vernis purement terreux et cependant aussi fusible que le vernis plombifère ».

La céramique d'art apparaît en tant que telle au début du XXe siècle lorsqu'elle commence à se faire dans des ateliers individuels suite à la disparition des ateliers traditionnels vers la fin du XIXe siècle[61]. La production mécanisée, avec l'usage d'instruments industriels pour produire à bas prix, avait subi un « appauvrissement général de la qualité esthétique, dans une période où la facilité d'échanges, la curiosité du monde, la succession des expositions universelles, venait apporter à l'Europe des témoins de production céramique étrangères d'un haut niveau artistique[62] ». Pour Jean Girel, il est aussi question de perception de la qualité esthétique laquelle participe de la construction du caractère artistique. Pour cela, il affirme que des collectionneurs, marchands, critiques, artistes, etc., développaient une admiration et une fascination pour « la beauté des céramiques de l'Orient, de l'Extrême-Orient, de l'Amérique précolombienne ou tout simplement des productions potières traditionnelles de nos régions, dans lesquelles ils ne voyaient pas un art mécanique, mais un art tout court[63] ». Jules Ziegler et Théodore Deck, tous deux des figures emblématiques de la céramique française (fin du XIXe siècle), apparaissent comme les précurseurs de cette volonté de « créer » avec la céramique. Ces « artistes dans l'âme[64] » s'emparent de la matière pour chercher l'innovation esthétique et technique. Si « faire de la céramique c'est résister », comme l'affirme Jean Girel c'est parce que la céramique était devenue, dans la seconde moitié du XIXe siècle, un terrain de bataille pour résister aux avancées technologiques qui l'avaient chassée du quotidien, mais aussi face à la mort des ateliers artisanaux, petites usines de céramique, provoquée par l'industrialisation de la céramique. Ce phénomène a donc ouvert la voie de la céramique en tant qu'art, en dehors des soucis de production ou d'adaptation au marché.

---

[61] Une certaine forme de céramique d'art ait cependant déjà fait son apparition de manière ponctuelle et limitée plus tôt dans l'histoire, c'est à dire par l'activité des quelques maîtres céramistes qui se trouvaient en marge des potiers-ouvriers et surtout de quelques artistes peintres dont on développera le travail céramique plus tard.

[62] J. Girel, Une brève histoire de la Céramique, op. cit., p. 127.

[63] Ibid.

[64] L'avènement de la figure de l'artiste céramiste s'illustre selon Jean Girel par le phénomène Carriés (aussi nommé « l'école de Carriès »). Ce sculpteur classique de grande renommée est né en 1855. Il avait intégré le monde de la céramique sans prétention artistique, mais plutôt comme une forme de retraite. Cependant, le succès que trouveront ses pièces en grès influencera un groupe important d'artistes classiques n'ayant aucune formation céramique, mais pour seul trait commun, l'admiration pour le Japon et le rapport privilégié que la culture japonaise maintient avec la terre.

Sur le plan international, de l'autre coté de la Manche, dans l'Angleterre vers 1890 et débuts du XXe siècle se fondait le mouvement « Arts and Crafts », porté par William Morris, lequel préconisait le travail manuel dans le sens d'un retour à la nature, à la simplicité et aux techniques artisanales. Né des idéaux issus des effets de l'industrialisation, le groupe défendait de reformer les principes du travail manuel, de l'importance des matières et le tout, avec un spectre social.

Aussi, le mouvement Mingei undō, lancé par Sôetsu Yanagi vers 1920 au Japon, prônait la valorisation de l'artisanat traditionnel et aspirait à « réhabiliter la beauté fonctionnelle de la poterie paysanne produite par des artisans anonymes[65] ». Les critères du Mingei concernent essentiellement « la création anonyme, la fonction utilitaire, la multiplicité, le bas prix, la sobriété et la destination populaire, par opposition à l'artisanat d'art ou à l'œuvre d'art signée par un créateur, unique et luxueuse, produite pour les classes supérieures[66] ». C'est à travers son ouvrage « Artisan et inconnu. La beauté dans l'esthétique japonaise », adapté du japonais à l'anglais par le céramiste anglais Bernard Leach, que Yanagi définit une esthétique asiatique introduisant l'autonomie de l'objet et la reconnaissance de la valeur artistique au-delà de la valeur d'usage.

> « Ne sont pas *Mingei* les objets luxueux et onéreux qui ne sont produits qu'en très petite quantité. […] Sont objets *Mingei* au sens large tous les objets appropriés à l'existence du peuple. […] Leur propriété essentielle doit être l'honnêteté envers cette finalité d'usage[67] »

Yanagi précise que les objets *Mingei* doivent prendre en compte à part égale la qualité dans l'apparence esthétique que les techniques de fabrication. Il s'affirme ainsi dans une posture critique vis-à-vis des objets contraires aux critères fixés, notamment sous un critère de qualité d'usage :

---

[65] Christophe Marquet, « Yanagi Sōetsu et l'invention des « arts populaires » : remise en perspective », *Cipango. Cahiers d'études japonaises*, 1 janvier 2009, n° 16, p. 13-22.
[66] *Ibid.*

[67] Germain Viatte et Musée du quai Branly (eds.), *L'esprit mingei au Japon:*, Arles, France, Actes Sud, 2008, p. 13.

> « La vulgarité des couleurs, l'aspect misérable de ces objets qui se cassent ou s'écaillent pour un rien, tous ces maux proviennent de la malhonnêteté à l'égard de l'usage. J'appellerais volontiers ces objets des objets artisanaux immoraux[68] »

Cette image de l'art populaire est fortement admirée par certains, mais elle est aussi questionnée par d'autres[69]. Les réflexions qu'elle engage montrent la profondeur des clivages effectifs. C'est également à l'instar des mouvements plus tardifs tels que la « Libération de l'argile » chez des céramistes étasuniens dans les années cinquante, que la céramique va peu à peu définir son processus de décloisonnement. Entrepris par des céramistes reconnus tels que Voulkos, ce mouvement nord-américain -dont le mot d'ordre était celui de libérer la céramique de son caractère utilitaire, décoratif, artisanal et industriel, par de nombreux croisements de la céramique avec d'autres milieux-, parviendra à doter ces processus artistiques d'une intention de contestation des hiérarchies traditionnelles de l'art. L'intention de « libérer la céramique » de ses « chapelles », ou encore d'aspirer à une reconsidération des *fonctions* de l'art — potentiellement utilitaire et artistique à la fois — avait pour objet d'inverser les courants. Et ces courants de pensée ont contribué fortement aux fondements des concepts d'« artisanat d'art » et des « métiers d'art », lesquels structurent aujourd'hui le secteur artisanal et son positionnement face à l'art. Il est ainsi désormais possible d'admettre que l'apparition de la céramique d'art en France s'est inscrite dans une dialectique d'autonomisation de l'objet et du projet personnel et en grande partie influencée par ces mouvements internationaux.

---

[68] *Ibid.*, p. 14.

[69] Si bien Yanagi entendait le Mingei dans le sens d'un « artisanat du peuple », il a été critiqué pour avoir adopté une position considérée comme « moderniste et réactionnaire » à cause du rejet qu'il manifestait de l'individualisme de la société moderne et d'une certaine création contemporaine qu'il associait à l'élite aristocratique (les artistes en opposition des artisans) : « Certaines analyses plus radicales remettent en cause l'interprétation humaniste de l'œuvre de Yanagi et vont jusqu'à envisager des rapprochements entre certains aspects de son discours sur l'art populaire et l'« esthétique fasciste » des années 1930 et de la période de la Seconde Guerre mondiale en Europe. La position de Yanagi à cette époque y est présentée comme celle d'un « moderniste réactionnaire » », comme le soulignait Christophe Marquet. Sur ce sujet nous renvoyons à l'article de Christophe Marquet, « Yanagi Sōetsu et l'invention des « arts populaires » : remise en perspective », *Cipango. Cahiers d'études japonaises*, janvier 2009, n° 16, p. 13‑22. (Consultable en ligne) URL : https://cipango.revues.org/371

2.2 La céramique des peintres majeurs : « transposer un art sur un autre »

L'histoire de la céramique d'art inclue aussi le travail des artistes, pour la plupart représentants de l'art moderne, connus surtout par leurs œuvres picturales et sculptures, mais ayant travaillé la terre depuis la fin du XIXe et dans le courant du XXe siècle. Sur ce point, il est à souligner que, durant les différentes périodes de l'histoire de l'art, de nombreux croisements disciplinaires en lien avec la céramique se sont succédé sans pour autant avoir révolutionné le paysage global de la discipline. Il est aussi vrai que certains processus auront provoqués plus que d'autres, des changements dans les manières de faire, mais aussi de percevoir la matière et le milieu. Avant le déclin que nous avons décrit plus haut, alors que la production céramique était surtout l'activité de manufactures et de petites usines de céramique, au début du XXe siècle, certains artistes indépendants faisaient déjà l'expérience de la céramique. De Renoir à Chagall, en passant par Cassat, ou encore Matisse, certains artistes majeurs de l'art moderne se sont intéressés à la céramique à un moment de leur carrière. Le travail céramique réalisé par Rodin à la Manufacture de Sèvres de 1878 à 1882 montre l'ancienneté de ces ponts disciplinaires. Son travail céramique était avant tout celui d'une recherche de nouvelles techniques pour son œuvre : « Rodin avait inventé un procédé de décor par gravures et rehauts tirant le meilleur parti de ses dons de sculpteur[70] ». Selon Jean Girel, c'est à partir de l'après-Deuxième Guerre mondiale que ces collaborations ont eu le plus de force : « Depuis ces années d'après-guerre, nombre de peintres ont succombé un temps à la tentation de la céramique, trouvant à l'atelier de la Fondation Maeght ou à la Manufacture de Sèvres des lieux et des praticiens pour les assister dans leur création. Pierre Alechinsky est passé de l'un à l'autre[71]. » D'un côté, ces artistes trouvaient dans ces lieux, non seulement les équipements nécessaires à la pratique, mais surtout l'assistance et le support techniques des artisans qui y travaillaient. Sans doute, la notoriété de ces artistes leur conférerait la possibilité d'explorer de nombreux médiums, sans s'affirmer d'aucun d'entre eux. Certains critiques et historiens de l'art expliquent cette prospection dans le monde de la terre par un besoin des peintres et sculpteurs de se rapprocher des milieux artistiques considérés comme populaires. Michel Hoog

[70] La céramique, Art du XXème siècle par Tamara Préaud et Sèrge Gauthier. Ed. Office du Livre. Suisse, 1982, p. 80

[71] J. Girel, Une brève histoire de la Céramique, op. cit., p. 136.

suggère que le rôle et la fonction des peintres commençaient à être remis en question dans la société et qu'ils auraient souhaité, à travers le travail de la céramique, se rapprocher d'un public plus large « dans la mesure où, plus que d'autres [arts], la céramique se mêle à la vie, au cadre quotidien, ainsi qu'à la décoration murale[72]». Les facteurs ayant poussé ces artistes consacrés par la scène artistique internationale à s'appliquer à la pratique de l'argile révèlent ainsi des motivations autant artistiques que sociales.

2.3 La libération de la céramique en France

Plus près des céramistes, la période de « la libération de l'argile » ou que Jean Girel nomme « le souffle de liberté des années 1950 » en France, est celle qui aura le plus marqué la transition vers une nouvelle conception de la céramique. À cette époque, de nombreux céramistes s'installent dans des lieux de tradition potière en profitant les ressources locales, d'ateliers délaissés, etc., et « revisitent » les traditions locales. Parmi ces figures l'on retrouve Suzanne Ramié, Derval Capron, Portanier, Francine Delpierre à Vallauris, ou Beyer, Lerat, à la Borne, Jouve à Dieulefit, Colucci à Aubagne, pour n'en citer que quelques-unes parmi les plus reconnus. Certains de ces céramistes ont réellement contribué à réhabiliter des traditions oubliées, avec de nouvelles esthétiques et pratiques, participant par leur pratique et leur engagement au sein de l'organisation de collectifs, à l'artification du métier d'un espace social composite qui donnait naissance à une idéologie créatrice. Dans son ouvrage « La céramique des années 50 », Pierre Staudenmeyer[73] rend également hommage à ces céramistes dont l'activité et l'engagement dans le milieu aurait contribué à redéfinir les pratiques de « l'art de la terre ». La production céramique française des années 50 est considérée historiquement comme un moment clé et identifiable non seulement par le style, mais par aussi par le contexte de son inscription : « Un moment caractéristique des arts décoratifs français, portés tout à la fois par la prospérité

[72] Michel Hoog, « Peintres et céramistes en France au début du XXèmes siècle », Cahiers de la céramique, du verre et des arts du feu, N°50, 1971, Pg 12-18, in La céramique, Art du Xxème siècle par Tamara Préaud et Sèrge Gauthier. Ed. Office du Livre. Suisse, 1982, Pg 83

[73] Pierre Staudenmeyer était critique, collectionneur, galeriste et passionné d'art et de design. Il constitue une figure importante dans le milieu de la céramique suite à l'appui qu'il aura donné à plusieurs artistes. Il aura ainsi « découvert » de nombreux créateurs et créatrices comme par exemple Kristin McKirdy, devenue une des céramistes les plus reconnues de la scène céramique en France.

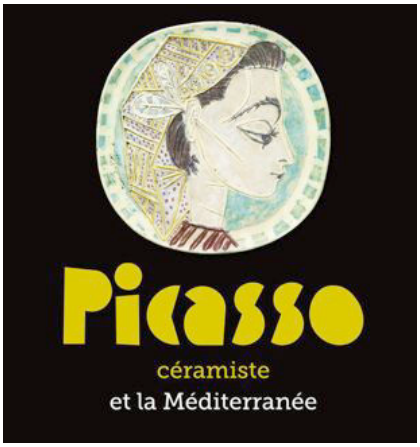
économique de l'après-guerre, par une idéologie créatrice typiquement française et par de nouvelles attitudes et de nouveaux modes de vie adoptés par les artistes[74] ». La céramique de l'après-guerre est contemplée alors comme ayant pris une force d'expression lui conférant le passage d'un artisanat d'art à une forme plastique à part entière, alors même que de nombreux céramistes conservaient leur dimension utilitaire, traditionnelle ou décorative ou évoluaient vers des productions plastiques abstraites. Pour Staudenmeyer, la poterie « représente une synthèse de rites, de savoir-faire, de mises en œuvre simultanées de la pensée et de la main, qui, dans sa banalité fonctionnelle apparente, met en scène à la fois les limites et les ouvertures de l'art[75] ». Cette considération place l'individu au centre du processus en réaction au développement industriel et à la fabrication artisanale marquée par les conventions du métier. La virtuosité de la main, la connaissance des matières et la réalisation de toutes les étapes de la création (préparation de la terre, tournage, modelage, émaillage, cuisson, etc.) constituent désormais une singularité valorisante : « Le céramiste était celui qui synthétisait l'ensemble de ces fonctions, dans la solitude de son atelier, parfois aidé par ses disciples ou des compagnons, ou bien même par les infrastructures d'une entreprise comme la Manufacture nationale de Sèvres[76] ». Si bien, les critères et les valeurs du jugement se trouvaient avant les années 40 dans les pièces parfaitement manufacturées, la valeur esthétique de la céramique articule équilibre (tournage, modelage), recherche matérielle (argiles, émaux), virtuosité technique et travail physique, au processus symbolique, intellectuel et sensible de la création. Toutes ces fonctions sont désormais exercées par un même individu dans son atelier et dans un cadre solitaire. Par ailleurs, malgré la faible incidence que les expériences avec la céramique des maîtres de la peinture ont eues sur l'*artification* du milieu, certaines ont toutefois été d'une part les sources d'inspiration des certains de ces artisans, et d'autre part le socle d'un changement de perspective. Autrement dit, si à l'époque, le travail de l'argile des artistes reconnus ne réussit pas à attirer l'attention des amateurs d'art (marchands, collectionneurs, critiques), certaines œuvres en céramique font aujourd'hui l'objet d'un intérêt particulier, comme en témoigne

[74] Pierre Staudenmeyer et Anne Lajoix, La céramique française des années 50, traduit par Charlotte Ellis, Paris, France, Norma éd, 2001, p. 24.

[75] Ibid., p. 25.

[76] Ibid., p. 40.

l'œuvre céramique de Picasso. En effet, l'exposition « Picasso céramiste et la méditerranée » — d'abord présentée à Aubagne dans le cadre de Marseille Capitale Européenne de la Culture, puis à la Cité de la céramique, Sèvres à la fin de l'année 2013 — aura réuni de nombreuses œuvres réalisées par Picasso dans l'atelier Madoura dans les années 50, en provenance de nombreuses collections publiques et privées du monde entier. Trois ans plus tard, en 2016 l'exposition « Picasso, un génie sans piédestal » au sein du Mucem[77], montrait son rapport au monde artisanal (céramique, mais aussi bois, orfèvrerie, linogravure, textile…). Ces choix expographiques illustrent ainsi une nouvelle perception des savoir-faire dans l'art.



Images. Catalogue de l'exposition Picasso céramiste et la méditerranée (Droite) - Picasso dans l'atelier Madoura (Gauche).

Le cas de la rencontre de Pablo Picasso et l'atelier Madoura à Vallauris en 1949 est pour Staudenmeyer, emblématique du mouvement de libération de la céramique au regard des académismes. Elle avait permis aux potiers tels que Suzanne Ramié, fondatrice de l'atelier Madoura, de changer de regard sur leur propre pratique. Pour Staudenmeyer, le passage de Picasso à l'atelier Madoura, à Vallauris, a fortement influencé et revivifié les pratiques dominantes du paysage de la céramique dans l'après-guerre[78]. Le traitement de la céramique dans l'œuvre céramique de Picasso est

[77] Le Mucem, musée de civilisations de l'Europe et de la Méditerranée, est un musée national situé à Marseille. Il a été inauguré en 2013 lorsque Marseille était capitale européenne de la culture.

[78] Le travail de Fernand Leger, qui a réalisé des céramiques monumentales, assisté de son ancien élève Roland Brice, à Biot, non loin de Vallauris, ou l'œuvre sculpturale de Miró avec l'aide de Joan Artigas, auraient apporté, par le traitement libre de la céramique, à susciter des vocations chez Vassili Ivanoff,

continuellement réinterrogé par les différents acteurs des mondes de l'art. Si certains plaident pour un travail révolutionnaire qui aurait contribué à renouveler l'image de la céramique, d'autres affirment que pour Picasso, « la céramique ne constituait pas plus que le support de son œuvre picturale[79] ». Cet intérêt pour la céramique par des peintres reconnus aura néanmoins permis de donner une « grandeur artistique » à la céramique, même s'il s'agissait pour beaucoup d'entre eux seulement d'un moyen de revisiter des pratiques « ordinaires » considérées comme « populaires ». André, un collectionneur nous disait que pour lui, « c'est comme lorsqu'un chef reprend des recettes anciennes tout en apportant sa touche. Picasso a juste refait un nouveau plat avec un ingrédient un peu oublié… la céramique[80] ». La considération de cet ingrédient oublié aurait permis à la céramique de survivre, de se renouveler, et d'opérer des basculements axiologiques au sein du milieu. C'est ainsi que la période des années 50 constitue un moment clé dans le processus d'artification de la céramique, dont nous allons maintenant voir les opérateurs et les effets.

Yoland Cazenove ou Alain Girel, entre autres céramistes reconnus. Pour aller plus loin sus ces sujets, voir « Une brève histoire de la céramique » par Jean Girel.

[79] Propos de Frédéric, collectionneur. Enquête 2014

[80] Propos d'André, collectionneur. Enquête 2014

3. L'aventure de l'artification de la céramique

L'artification est un néologisme issu de l'anglais proposé par Nathalie Heinich et Roberta Shapiro, depuis les années 2010, dans le but de désigner le passage du non-art à l'art. L'artification correspond à un ou plusieurs états résultant d'un ensemble de micro-transformations dans le statut des acteurs, objets, activités, etc., produisant des changements symboliques et matériels.

> « L'artification, c'est la résultante de l'ensemble des opérations, pratiques et symboliques, organisationnelles et discursives, par lesquelles les acteurs s'accordent pour considérer un objet ou une activité comme de l'art. C'est un processus qui institutionnalise l'objet comme œuvre, la pratique comme art, les pratiquants comme artistes, les observateurs comme public, bref, qui tend à faire advenir un monde de l'art[81] »

Elle se produit en fait par une sorte d'élévation sociale, une forme d'esthétisation, de professionnalisation, d'autonomisation, voire d'individualisation de la pratique, des objets et des pratiquants. Il s'agit d'un processus indexé selon l'action de plusieurs opérateurs pouvant s'exécuter sur de nombreux secteurs (artisanat, industrie, divertissement, sport, technique, science, vie quotidienne, etc.). L'artification va de pair avec les pratiques favorisant l'identification de ses acteurs, l'émergence des discours théoriques et une injonction à l'originalité. Globalement, ce concept s'inscrit dans la lignée d'une sociologie des réputations, domaine de recherche émergent, vaste et encore peu structuré[82]. Inspirées des travaux d'Alain Bowness sur les conditions d'accès progressif aux différents stades de reconnaissance selon quatre cercles[83] : — les pairs, les critiques, les marchands et le public —, les auteures proposent d'observer le processus à partir de l'action de quatre segments d'acteurs. Dans le

[81] Nathalie Heinich et Roberta Shapiro, *De l'artification: enquêtes sur le passage à l'art*, Paris, Éd. de l'École des hautes études en sciences sociales, 2012, p. 21.

[82] Pierre-Marie Chauvin, « La sociologie des réputations », Communications, 7 novembre 2013, n° 93, n° 2, p. 131-145.

[83] Alan Bowness, Les conditions du succès: comment l'artiste moderne devient-il célèbre ?, traduit par Catherine Wermester, Paris, France, Allia, 2011, 63 p.

premier cercle se trouvent les producteurs eux-mêmes et leur profonde revendication d'appartenance à un monde de l'art. Cette revendication ne devient effective que grâce à l'intervention du second cercle qui permet la véritable construction du champ : les experts : marchands galeristes, éditeurs, amateurs (initiés et initiateurs). Ensuite, le troisième cercle correspond à l'action des critiques, conservateurs, commissaires, etc. (l'on retrouve également le rôle de l'État, ainsi que de la recherche universitaire). Enfin, le quatrième cercle concerne la consécration finale en tant qu'aboutissement du processus : la reconnaissance du grand public. Les paramètres sont donc nombreux et l'état même de l'*artification* dépend des conditions où agissent les opérateurs. Ainsi, les différents états de l'artification, du plus complet à l'impossible sont : (1) artification entière et durable comme des domaines sacralisés et jamais discutés comme la peinture, la sculpture, la littérature, la musique, la danse, etc. ; (2) artification demi-stabilisée, comme l'architecture et le design ; (3) artification partielle où seule une partie de la production peut prétendre à l'artification (ou seul un segment du public reconnaît le domaine comme étant partie prenante du monde de l'art) ; (4) artification en voie d'accomplissement (aussi appelée in-progress) relative aux cas n'ayant pas complètement terminé leur processus (ou étant encore méconnus du grand public) ; (5) artification impossible : caractérisés par un éloignement trop important des mondes de l'art pour pouvoir prétendre y appartenir. L'artification revêt un large panel de transformations à plusieurs échelles, dont on peut citer l'esthétisation, l'autonomisation (différentiation), l'internationalisation, l'authentification (signature), la raréfaction de la production, l'unicité, l'individualisation du travail (régime de singularité/travail vocationnel), etc. Les conséquences sur les objets sur lesquels l'artification agit précèdent le cadre de la légitimation, un état d'élévation dans la hiérarchie sociale, qui est sans doute indissociable au processus, mais dont les auteures tiennent fortement à faire le distinguo[84].

[84] Dans une note de lecture à propos de l'ouvrage sur l'artification, dirigé par Heinich et Shapiro, Gérard Creux avance que les auteures ne font que décrire un processus de légitimation artistique dont les éléments théoriques du processus d'artification tentent de se dégager. En se rapportant à la théorie de la légitimité développée par Bourdieu, où les champs deviennent les lieux des luttes et des enjeux spécifiques, Creux fait une critique à laquelle les auteures répondent qu'il existe une différenciation très marquée entre « légitimation » et « artification ». Cette différence ne repose pas sur l'action de catégoriser (commune aux deux processus) mais sur le fait que dans le premier cas, la catégorisation porte sur des positions plus ou moins élevées à l'intérieur du monde de l'art, tandis que dans le second, elle porte sur des entités appartenant à des mondes hétérogènes, avec le passage de frontières entre, par exemple, l'artisanat et l'art, ou la vie quotidienne et l'art, ou l'industrie et l'art, ou le délit et l'art, ou le

La construction concrète de la céramique en art implique le déplacement de plusieurs frontières. Flora Bajard distingue deux « unités générationnelles[85] » ayant participé à l'émergence du groupe professionnel de céramistes d'art : d'un coté se trouvent les « Fondateurs », entrés dans le métier à partir des années 40 et de l'autre, les « Bâtisseurs » ayant structuré le métier en réseaux d'associations et événements dédiés à la céramique, à partir des années 70. Ils sont, avance-t-elle, les acteurs d'un destin commun dans « l'unité historico-sociale » de la céramique d'art. L'artification de la céramique est attribué à la modification de trois aspects : l'unicité, la beauté de l'utile et la redécouverte du matériau :

> « L'artification du métier (de céramiste) s'est d'abord traduit par une nouvelle conception de techniques, outils et matériaux préexistants : le changement des valeurs et de la conception esthétiques est donc étroitement lié à un réinvestissement dans les matériaux. C'est ainsi que dans une conception relationnelle des faits sociaux, l'artification du métier s'interprète d'abord comme une transformation des significations associées à des objets séculaires du métier, à une "réinvention" de la tradition[86] »

Ce phénomène s'est consolidé graduellement à travers la production territorialisée de la pratique et la mise en réseaux d'une dynamique de partage de savoirs, modes de vie et des traits d'une culture céramique naissante. Le cas de la Borne, dans le Cher, où vit et travaille plus d'une centaine de céramistes de différentes nationalités, en est peut-être l'expérience la plus représentative. En effet, le passage d'un monde artisanal

---

sport et l'art. « La légitimation engage une question hiérarchique, avec déplacements sur un axe continu entre le bas et le haut, tandis qu'avec l'artification il s'agit d'une question ontologique, avec saut de frontière discontinu entre ce qui n'est pas, et ce qui est collectivement identifié comme de l'art. D'autre part, alors que la légitimation est une attribution de valeur, l'artification consiste en une construction concrète : un processus progressif de transformations matérielles, organisationnelles, formelles, etc. ». Nathalie Heinich et Roberta Shapiro, « De l'artification : une réponse à Gérard Creux », Lectures, 15 mai 2012. URL : http://lectures.revues.org/8395 (Consulté en novembre 2015)

[85] La notion de « génération » selon Guy Falardeau, relève quatre définitions : un phénomène d'âge, à un groupe homogène d'individus, à un agrégat statistique ou à un ensemble démographique. Dans le travail de Flora Bajard, l'acception de génération ne repose pas sur une variable biologique, c'est à dire l'« âge », ni sur une classe d'âge (« cohorte »), ni même sur un moment historique (« période »), mais relève plutôt d'une construction sociale donnant un sens aux dynamiques sociales.

[86] F. Bajard, *Sociologie des céramistes d'art en France*. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être, op. cit., p. 95.

à celui de l'art s'inscrit par ailleurs dans une réinvention des savoir-faire de la « tradition ». À la Borne, les techniques de cuisson au bois deviennent les marqueurs d'une identité construite par les prédécesseurs artisans et sont réappropriées par les professionnels. Elles sont ensuite considérées comme des objets et savoirs patrimoniaux. En témoigne la désormais célèbre manifestation « Grands feux » de la Borne, organisée chaque année par l'Association Céramique La Borne et le Centre de céramique contemporaine, autour des techniques de cuisson au four à bois. Sur le site de l'association on lit : « Cette année, 14 fours vont cuire du 18 au 25 octobre 2015 : 36 céramistes participent à cet événement. Ils vous attendent pour vous faire découvrir cet art du feu. Promenez-vous dans le village et ses alentours, arrêtez-vous chez les céramistes de votre choix pour comprendre leur travail tant sur le plan technique qu'artistique[87] ». L'histoire du renouvellement effectif par la céramique est tracée à partir des années 40 où de nombreux artistes et céramistes de tous horizons (français et étrangers) s'y sont installés (d'autres s'installeront à Saint Quentin la Poterie, Limoges, Vallauris, etc.) : « Dans les années 40 à 80, période de renouveau pour le village, des artistes, des céramistes venus de tous horizons s'installent à La Borne et introduisent progressivement d'autres types de fours, plus adaptés à une activité individuelle artistique. Fours "type Sèvres", "anagama", "noborigama" deviennent les outils indispensables pour faire parler le feu sur les pièces en grès[88] ». Ayant perduré comme un objet-mémoire, les fours ont été conservés et repris par les céramistes d'art dans une logique patrimoniale. Les objets issus de ces cuissons au bois des pièces en grès sont valorisés au fait de leur unicité et sont reconnaissables par la signature, ainsi que par leurs particularités esthétiques. Ces derniers sont décrits par Flora Bajard comme étant des : « productions caractérisées par une terre rugueuse, exaltant la matière : le grain et la chamotte que l'on mesure au toucher, les épaisseurs d'émail, les traces de cendres et de flammes sur la terre. Correspondant au style rustique des années 1970[89] ». On retrouve ici le patrimoine, comme l'opérateur de la

[87] Source : site internet du Centre de l'Association de céramistes de la Borne : URL : http://laborne.org/grands-feux/ - Consulté novembre 2015

[88] *Ibid.*

[89] F. Bajard, Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être, op. cit.

tradition[90], effectif également dans le processus d'artification. Le projet de reconnaissance du caractère artistique de la céramique s'enclenche ainsi par un double désir d'apporter à la construction d'un modèle artistique au pair de la reconnaissance patrimoniale du secteur.

Ainsi, la véritable artification du métier va se faire, selon Flora Bajard, par l'investissement du milieu de la céramique par les « bâtisseurs », qui répond à une deuxième unité générationnelle, correspondant à une deuxième vague de néo-artisans. De nombreux céramistes vont préférer la ville à la campagne au cours des années 70. Ce phénomène n'est pas exclusivement l'affaire de céramistes, mais touche également d'autres métiers d'art : les « néo-ruraux » correspondent à des personnes dont le projet de vie a pris un tournant dans les années 68 qui consistait à quitter la ville, acheter une ferme ou une maison en ruines pour le restaurer, travailler et pouvoir "vivre" d'un métier manuel. Les néo-artisans, dont le profil social relève des classes supérieures (que Pierre Bourdieu aura nommé « la petite bourgeoisie nouvelle »), exerçant principalement dans des métiers de l'éducation ou le médical, choisissent de se reconvertir vers des professions avec une dominante artisanale. Cette idéologie de « retour à la terre » se distingue selon Jourdain par la distanciation avec la figure de l'artisan d'art traditionnel, loué pour le savoir-faire et non la créativité : « L'engouement pour la tradition et le passé se traduit par le développement d'un certain « folklore », terme devenu péjoratif, auquel refusent d'être assimilés de nombreux artisans d'art[91] ». Anne Jourdain note que le choix de métiers d'art est érigé au rang de projet de société. Un autre exemple assez emblématique du repositionnement de l'artisanat d'art par une forme de territorialisation de l'activité est le cas de Valaurie. En 1966 Alain Girel et sa compagne, achètent une maison en ruines dans ce village abandonné de la Drôme. Progressivement d'autres artisans d'art et artistes s'y installent, organisent des expositions et des stages. Sur l'inventaire général du patrimoine culturel, on peut lire : « Depuis les années 1960, le village de Valaurie attire de nombreux artistes, qui achètent et restaurent ses maisons, tels le sculpteur et céramiste Alain Girel ou le sculpteur belge Michel Stievenart, dont une

[90] Jean Davallon, « Tradition, mémoire, patrimoine », Québec, Canada, MultiMondes : Musée de la civilisation, 2002.

[91] A. Jourdain, Du coeur à l'ouvrage. Les artisans d'art en France, op. cit., p. 33.

rue porte le nom[92] ». Ces expériences sont aujourd'hui valorisées et perçues sous un œil admiratif. Dans un article de la revue de la céramique et du verre, en hommage à Alain Girel en l'an 2000, on lit : « Comme dans la chanson de Michel Fugain, l'autoroute des vacances passe par Valaurie, un hameau en ruine découvert lors d'une escapade entre amis. Un peu avant Mai 68, Alain Girel est le premier à s'installer là-bas définitivement et vivre de sa sculpture sur bois, pierre ou bronze. Parallèlement il produit avec son frère qui le rejoint […] de la céramique plutôt alimentaire dans un four à bois rudimentaire « fait maison », mais très efficace. La demande est telle qu'Alain crée une galerie dans le village qui devient un lieu de rencontre et d'échanges pour de nombreux artistes[93] ». C'est donc à la fin des années 60 que cette nouvelle génération va se positionner par rapport au contexte sociopolitique de l'époque, en opposition avec des formes de vie intégrées de l'époque. Staudenmeyer voit dans le choix de la céramique « une thérapie des maux de société […] autour du mouvement de mai 68, de nombreuses communautés se forment qui associent une agriculture primaire à une production artisanale, notamment céramique, pseudo-artistique[94] ». Le positionnement de certains de ces céramistes par rapport à l'art contemporain de l'époque est considéré par lui comme ambitieux et pas toujours abouti. Quoi qu'il en soit, ces expériences marquent les carrières des artistes, mais aussi une époque caractérisée par des engagements intenses dans le développement d'espaces de vie entrelaçant création et modes de vie. À ce sujet, Flora Bajard, Danièle Hervieu-Leger, Bertrand Hervieu et Anne Jourdain s'accordent sur le fait que ce choix de vie répondait à la préfiguration des tendances générales des années 70 dans la lignée des réactions anticapitalistes. Danièle Hervieu-Léger et Bertrand Hervieu expliquent que la « redécouverte des gestes traditionnels du potier, du menuisier, du ferronnier était censée manifester symboliquement et pratiquement le refus d'un système économique qui dissocie le travail et la création, l'activité des mains et l'activité de pensée[95] ». Le choix du métier de céramiste avait une portée

[92] Le village de Valaurie, Inventaire général du patrimoine culturel, Région Rhône-Alpes, Enquête 1997. Consulté le 22 Février 2016. URL : http://www.culture.gouv.fr/culture/inventai/patrimoine/

[93] Thierry de Beaumont, « Alain Girel », La revue de la céramique et du verre, janvier 2002, n° 122, p. 20-25.

[94] P. Staudenmeyer et A. Lajoix, *La céramique française des années 50*, op. cit., p. 38.

[95] Danièle Hervieu-Léger et Bertrand Hervieu, Le retour à la nature: « au fond de la forêt... l'État », La Tour d'Aigues, France, Éditions de l'Aube, 2005, p. 114.

politique puisqu'il répondait à des besoins symboliques des hommes et des femmes en désaccord avec la situation globale et les orientations que prenait la société. De ce fait, les céramistes ayant démarré le métier dans les années 1970 et 1980 constituent une génération essentielle dans le groupe professionnel, au regard de la culture du métier. L'unité générationnelle à laquelle ils appartiennent s'inscrit dans une quête d'intégration dans l'univers de la création, de l'expression d'une individualité, de la « liberté créative », et où le travail manuel représente une force à travers laquelle se revendique une certaine « non-appartenance » au système économique global, dont ils vont se positionner en marge. Pour Flora Bajard, il se tisse à cette époque un lien fort entre la position sociale, les convictions artistiques et une certaine posture *utopiste* : « Dans les années 1970, mais également aujourd'hui, le choix du métier relève, dans la mesure où il s'effectue généralement sur le registre vocationnel, d'un choix de vie dont les valeurs cardinales s'avèrent largement politisées, en particulier à travers une position sociale et symbolique établie en opposition avec celles "du marché", de la "société de consommation", d'une conception tayloriste du travail, et une "mise en retrait de l'usine et de l'entreprise". Venus à la céramique dans les années 1970 et 1980 (les céramistes) sont portés par les utopies et idéaux de l'époque[96] ». Ce choix de vie se trouve marqué par une forte attente du métier choisi, en même temps que se construit le sentiment d'appartenance à une communauté de personnes partageant les mêmes valeurs. En s'appuyant sur les témoignages des céramistes d'art de toute la France, Flora Bajard rend visible la construction d'un système de valeurs encore en vigueur aujourd'hui. Ce « *retour aux sources* était marqué par l'intention d'une « liberté d'expression intérieure », auquel s'ajoutait un investissement et de la persistance dans l'apprentissage du métier et de son système de valeurs[97] ». Cependant, nombre parmi les « bâtisseurs » ne mèneront pas leur projet à bout. La difficulté de vivre de son art, dans le cadre d'un projet de vie intimement lié à un style de vie combinant le « recours à la nature » et des ambitions artistiques et/ou artisanales, n'a pas été concluante pour tous. Notamment pour ceux qui se sont lancés dans ce projet articulant travail, cadre de vie et vocation, contrairement à la part des professionnels ayant appris le métier à partir des règles et normes rattachées à une

[96] Flora Bajard, « Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être » (Thèse de doctorat (en cours de publication), Université de Lausanne, Institut des Sciences Sociales, 2014), 108.

[97] Ibid., p. 92.

esthétique céramique intimement liée à la maîtrise technique. Ainsi, la période des années 1970 constitue le moment crucial pour l'établissement d'une société d'artistes travailleur, guidée par des éthiques de vie et de métier. La céramique s'offre ainsi, non seulement comme le choix d'une activité enthousiasmante de par son caractère artistique, mais aussi comme l'espace de réalisation d'un projet social et politique. La particularité des *bâtisseurs* de la céramiste d'art est avant tout celle d'avoir fondé les principales structures associatives et évènements fédérateurs dédiés à la céramique. Ces lieux structurent cette « culture du métier » dont se réclame la céramique et participent de l'établissement des règles de fonctionnement des espaces collectifs, lesquels s'expriment par le besoin de partage, la solidarité professionnelle et humaine et les échanges. De ce fait, la vocation artistique se déploie comme une aspiration de partage d'une culture du métier, d'une éthique professionnelle et de l'habitus professionnel du céramiste d'art ; dont résulte l'espace social de la céramique, sa structuration et son autonomisation. L'action de certains de ces bâtisseurs s'est donc constitué comme « un noyau particulièrement actif » et qui a abouti, rappelle Flora Bajard, à la création d'un premier marché de potiers en 1976 et des premières associations de professionnels dans les années 80 et autres manifestations en direction des céramistes professionnels comme « Le printemps de Potiers » à Bandol, où les céramistes de toute la France et d'ailleurs, se retrouvent pour échanger autour des techniques, esthétiques, etc. La vie du céramiste-potier s'institue comme une composante identitaire construite, autonomisée et instituée en tant qu' « identité collective en mobilisant et en mettant en récit leurs conceptions du métier, y compris en traduisant ces récits sous forme organisationnelle (réseaux associatifs, chartes, dispositifs assurantiels[98]) ». Les différentes facettes du métier de céramiste d'art en tant que nouveau groupe professionnel dans la division du travail social (à partir des interactions, structures sociales, le travail d'atelier, dimensions politique ou esthétique du métier) dessinent un paysage largement déterminé par la force de l'identité collective ainsi que par une éthique, et un capital spécifique transmis par les interactions et les différents processus de sociabilisation et de commercialisation (participation dans les associations, marchés potiers, apprentissage [stages] et passage dans les ateliers, etc.). Le groupe professionnel reconnaît, observe Flora Bajard, des traits caractéristiques comme la modestie du céramiste-potier face au statut d'artiste

[98] Ibid., p. 595.

(considéré comme « prétentieux ») ; le désintéressement de la possession matérielle (voiture, bijoux, objets de luxe) perçue comme étant indissociable du système capitaliste dont ils revendiquent une distanciation. D'un côté, les dispositions culturelles leur permettent de formuler, revendiquer et défendre les normes professionnelles et identitaires culturelles qu'ils ont bâties. De l'autre, les dispositions sociales débouchent dans l'organisation collective du groupe à travers des instances représentatives et régulatrices visant à opérer un positionnement face aux institutions. Ici se mobilisent les normes professionnelles en lien ou en rupture avec l'État. En effet, le groupe dénonce la normativité et l'ethnocentrisme des institutions publiques surtout face aux catégories d'art et d'artisanat dont ils contestent la validité pour leur métier. Le groupe mobilise des normes de sociabilité communautaires (que l'on retrouve, rappelle Bajard ; dans la culture populaire sous forme de camaraderie, solidarité, etc.) et de l'identité collective liée à une éthique professionnelle de la communauté artistique qui ne connaît pas de frontières géographiques et partage des styles de vie et des valeurs liées autant à la part matérielle que symbolique. Le régime singularisant de la céramique se trouve de ce fait activé par le projet d'appartenir à un espace collectif en écho avec les individualités : « Sans assigner une identité homogène et commune à tous les membres d'un groupe professionnel ou aux indépendants vivant et travaillant sur un même territoire, ces artisans d'art partagent le socle commun de ces conditions de vie, de travail et de valeurs. Cela est à la fois une condition et une conséquence de l'intégration à la communauté professionnelle, constituant la part sociale du capital spécifique[99] ». Cette condition répond à des volontés subjectives ; attachement aux pairs, amicalité, mais aussi objectives ; opportunités d'apports matériels, techniques, valorisation, etc. L'article consacré à Alain Girel par la Revue de la céramique et du verre après sa disparition, illustre cette part sociale à travers notamment la mise en avant d'un côté la passion, la générosité et la convivialité de l'individu et de l'autre, l'engagement idéologique à travers son activité d'artiste :

> « Quand il recevait la clientèle ou les amis dans sa maison atelier de Chasselas aux confins sud de la Bourgogne, Alain Girel se mettait rapidement aux fourneaux dans

[99] Flora Bajard et Marc Perrenoud, « « Ça n'a pas de prix »: Diversité des modes de rétribution du travail des artisans d'art », Sociétés contemporaines, 2013, vol. 91, n° 3, p. 93.

> sa cuisine ouverte sur le séjour. […] Et l'on déjeunait ou dînait avec plusieurs hommes à la fois : céramiste, professeur fédérateur d'idées, cordon bleu, mycologue, amoureux de la nature, chasseur, passionné d'art, bâtisseur, voyageur, poète. Il prenait le temps de l'accueil et de la rencontre sans jamais avoir l'air pressé. Pourtant, cette quiétude laissait transparaître un créateur souvent inquiet et mélancolique poussé par une révolte intérieure. Depuis son enfance, il luttait contre les académismes, les injustices et les faux semblants[100]. »

Le métier est ainsi marqué par un ensemble d'habitus, codes et éthiques que l'on retrouvera ensuite chez les amateurs, en tant que vecteur d'admiration. En effet, l'amour pour la céramique — du professionnel comme de l'amateur — s'exprime par diverses formes d'engagement que nous développerons dans la troisième partie de la thèse. C'est sur ce socle que la maîtrise, l'excellence dans le travail des matières et les savoir-faire techniques chez les céramistes d'art sont considérés comme des paramètres de la reconnaissance du talent du professionnel. Elles redonnent de la valeur à la figure du céramiste et confèrent au métier une forte dimension technique, mais toujours en écho avec le style de vie du « potier d'antan ». Pour le frère et céramiste Daniel de Montmollin, « être potier, c'est choisir une manière d'être, un style de vie, une certaine relation aux choses, à la nature. Cet accompagnement personnel de l'objet, en chaque étape de son devenir, suppose la continuité de l'exercice et de l'expérimentation, le sens du risque, un imaginaire patient[101] ». Cette « relation aux choses, à la nature » se situe en opposition avec la société de consommation et privilégie l'idée d'une qualité de vie indépendante *plus libre* et *créative*. Il poursuit sa réflexion en affirmant qu'il existe au sein du métier une dualité entre *savoir-faire* et *savoir-être*. Pour lui, « le métier de potier est double. L'art de l'eau, qui produit la forme, est une démarche essentiellement sensorielle et gestuelle. L'art du feu métamorphosant la forme et impliquant les techniques de l'email est plus intellectuel. Entre ces deux pôles, chacun trouvera peu à peu sa place[102] ». En effet, les céramistes d'art, à l'image de Daniel de Montmollin, défendent une certaine

[100] T. de Beaumont, « Alain Girel », art op. cit.

[101] Daniel de. Montmollin, « Pour une réflexion sur le métier de potier », *Revue de la céramique et du verre*, octobre 2001, n° 120, p. 14-19.

[102] *Ibid.*

technophilie, c'est-à-dire un lien fort avec la technique, mais que, combinée au désir d'innovation artistique mute en la possibilité de faire évoluer les traditions en un art : « Les prouesses techniques ne semblent pas avoir place dans une tradition vivante. Les objets les mieux reçus sont ceux qui répondent aux nécessités du groupe social. Cela ne signifie pas la mise à l'écart de la créativité personnelle. Celle-ci au contraire, garantit l'évolution même de la tradition, elle-même étrangère aux modes éphémères et aux individualismes exacerbés[103] ». En effet, le désir d'innovation rapporte un sentiment de crainte. Si les possibilités technologiques sont perçues de manière ambivalente : « On vit alors une époque de régression positive permettant un nouveau départ[104] », l'usage du terme « régression » suppose une critique implicite désignant une crainte des effets de la technologie sur les traditions. La tradition redevient de lors une issue possible face à la saturation technologique de notre époque : « Les traditions primitives, encore vivantes ça et là, peuvent exercer aujourd'hui un réel pouvoir de fascination sur ceux qui sont en manque d'expériences « élémentaires » ou saturées de technologie[105] ». L'affirmation de ces idées suppose que la céramique incarne un registre professionnel lié à l'application de techniques et savoir-faire, mais aussi que ces compétences ne sont pas pour autant antinomiques avec la sensibilité artistique et l'innovation des traditions. C'est ainsi que l'on conçoit que l'excellence technique peut conférer une valeur supplémentaire à l'ennoblissement artistique. Mais c'est sûrement aussi une des raisons que l'état de l'artification de la céramique soit considéré comme relevant de l'inachevé. Ce n'est pas seulement dû aux clivages encore opérationnels entre art et artisanat et dont la céramique peine à se détacher. Son inaccomplissement renvoie entre autres aux difficultés de la démocratisation d'une terminologie de la céramique sur sa configuration matérielle et technique. En effet, le champ lexical se trouve fortement marqué par un vocabulaire spécifique au métier, aux techniques, à la matière et la fonctionnalité des objets. Par exemple, l'intégration de termes jusqu'alors employés majoritairement dans le monde de l'art fonctionnerait comme un opérateur de l'artification, bien qu'elle reste plutôt souhaitée qu'effective. En effet, l'usage du terme « œuvre » reste rare dans le milieu, plutôt désigné par le mot « pièce », voire par la désignation nominative de l'objet et sa

[103] *Ibid.*

[104] *Ibid.*

[105] *Ibid.*

fonction utilitaire (bol, vase, jarre, assiette, pot, saladier, etc.). Également, la notion d' « artiste » ne remplace pas l'appellation de « céramiste », mais s'additionne parfois à celle de « céramiste » ou de « potier ». Les opérateurs de l'artification permettent d'analyser les manières dont évoluent leurs processus. Nous proposons de les regrouper dans le tableau qui suit. Dans la première colonne se trouvent les opérateurs de l'artification, dans la deuxième les effets généraux et dans la troisième colonne se lisent les effets spécifiques de l'artification de la céramique. Cette grille de lecture réunit quelques-unes des composantes du monde de la céramique, lesquelles seront pour la plupart abordées tout au long de la thèse.

Tableau 1 : L'artification de la céramique : opérateurs et effets		
Opérateurs	**Effets**	**Céramique d'art et d'art contemporain**
Terminologiques	Invention et élargissement (usage variable) d'un nouveau champ lexical	Pièce < Œuvre. Fonction (bol, jarre, etc.) < Objet d'art
Cognitifs	Apparition de modalités de classement d'organisation	Nouvelles catégories : céramique d'art, poterie artistique, céramique contemporaine, etc.
Juridiques	Encadrement (statut du créateur et de la communauté artistique)	Protection de la pratique et du professionnel : le céramiste est artiste et l'artiste est travailleur (Adhésion à la Maison des artistes, AAF, FNAA)
Spatiaux	Décontextualisation spatiale	Territorialisation : Saint Quentin la Poterie, La Borne, Aubagne, Vallauris, etc. Internationalisation : Influences croisées de la céramique japonaise, étatsunienne, de l'Europe du Nord.
Institutionnels	Création d'institutions officielles et organisations fédératrices	Cité de la Céramique, Sèvres et Limoges, Ateliers d'Art de France, Académie Internationale de céramique, Club de collectionneurs de céramique contemporaine, etc.
Marchands	Diversification des marchés et introduction dans les circuits du marché de l'art contemporain	Marchés potiers, galeries spécialisées, etc. aux galeries d'art contemporain, foires, salons, etc.
Editoriaux	Publication d'articles, édition de livres, catalogues.	Revue de la céramique et du verre, Revue Ateliers d'Art de France. Presse spécialisée en art (Ex : Artpress 2)
Médiatiques	Identification et conservation Déclinaison de l'objet sur plusieurs supports	Investissement du Web : Blogs, réseaux sociaux (médiatisation des savoirs et secrets de la céramique) Expositions : Picasso céramiste, Circuits céramiques, Ceramix, etc.
Pratiques	Changement de support, de matériel esthétiques, techniques	Innovations techniques et esthétiques : expérimentations avec d'autres matières tels que le verre, métal, etc. Performance avec l'argile, détournement sémantique de la matière…
Discursifs	Construction d'un corpus théorique et critique	Discours de la technophilie (rhétorique de la matière assimilée au corps, de la technique comme support d'une liberté de la création, etc.)/Affirmation de la fonction dans l'art et la technique (l'objet et la matière dans l'art contemporain).
sémiotiques	Individualisation de l'objet	Pièce unique. Signature

3.1 Artification et patrimonialisation inachevées ?

Si les frontières sont poreuses entre l'artisanat et l'art, on le sait bien, elles complexifient le projet d'artification de la céramique. Le secteur de l'artisanat d'art est sans doute un terrain fécond où se visualisent les états des processus d'artification et les paramètres de la patrimonialisation de la culture de métier, mais aussi ses difficultés. Ateliers d'Arts de France (AAF) en est l'organisme phare. Fondé en 1868 en tant que Chambre syndicale de la céramique et de la verrerie, AAF constitue aujourd'hui la principale organisation professionnelle des métiers d'art en France[106]. Cette institution cherche depuis ses débuts à revendiquer les statuts spécifiques (fiscal et social) des artisans créateurs et à trouver un consensus dans le secteur face aux hiérarchies historiquement établies. Et c'est avec cet objectif qu'en 1982, lors des seconds États généraux des Métiers d'Art, vont se définir deux familles distinctes afin de mieux catégoriser le secteur : création et patrimoine (voir Annexe N°1 : États généraux des Métiers d'Art 1982). Le clivage entre art et artisanat reste néanmoins structurant en termes de positionnement des professionnels au sein du secteur. Anne Jourdain l'a démontré dans ses travaux sur les artisans d'art de France[107] en prenant soin de souligner la polysémie de la catégorie de l'artisanat d'art, qu'elle désigne comme une *nébuleuse mal connue*[108]. La diversité de métiers, de pratiques, de styles de production et de circuits de commercialisation se double de frontières poreuses qui ne font pas consensus entre les organismes ni chez les artisans d'art eux-mêmes. L'artisanat d'art renvoie d'abord au travail avec des matériaux pérennes aux mains des artisans d'art (dans le sens plus restrictif des chefs d'entreprise) alors que les métiers d'art ont une portée plus large comprenant l'ensemble des professionnels des métiers d'art. La définition officielle des métiers d'art (dans l'Article 20, Titre 2 de la Loi Artisanat, Commerce et TPE) est la suivante : « Artisans d'art, artistes de la matière ou manufactures d'art, les professionnels des métiers d'art exercent une activité

[106] Il compte 6000 professionnels environ (artisans, artistes, manufactures d'art, etc.) et cinq espaces d'exposition et vente dans toute la France (dont la Galerie Collection).

[107] Anne Jourdain, « Réconcilier l'art et l'artisanat: Une étude de l'artisanat d'art », Sociologie de l'Art, 2012, OPuS 21, n° 3, p. 19.

[108] L'auteure montre également la part très limitée d'études scientifiques consacrées à l'artisanat d'art. Ce secteur peu médiatisé est méconnu du grand public mais aussi sur le plan scientifique. Sur le site Thèses.fr on trouve seulement deux thèses portant sur le secteur de l'artisanat d'art : « Artisans d'art de France : éthiques et marchés », par Anne Jourdain (soutenue en 2013) et « Métiers et société : artistes et artisans d'art à Dijon durant le second XVIIIe siècle », par Christine Lamarre (soutenue en 2009). D'autres thèses concernent des savoir-faire spécifiques tels que le campanaire, le peintre de azulejos, etc.

indépendante de production, de création, de transformation ou de reconstitution, de réparation et de restauration du patrimoine, caractérisée par la maîtrise de gestes et de techniques en vue du travail de la matière et nécessitant un apport artistique ». Anne Jourdain rapporte que, malgré le fait que la plupart du temps, ces deux notions fonctionnent comme synonymes, leurs différences demeurent importantes. L'étiquette de « Métiers d'art » revêt différentes propositions : L'institut National des Métiers d'Art (INMA) part de la notion de « patrimoine immatériel » pour définir les métiers d'art comme « l'héritage de savoir-faire précieusement élaborés au fil des siècles […] Ce patrimoine immatériel fait partie de notre culture ». De son côté, AAF définit ses créateurs comme des « créateurs qui transforment la matière pour réaliser des pièces dans leur atelier ». La Confédération Française des Métiers d'Art (CFMA) associe les métiers d'art à l'industrie du luxe (Maison Bernardaud, Hermès, Chanel, etc.). Jourdain propose une définition du secteur de l'artisanat d'art, fondée sur l'activité et inspirée par la définition extensive des principales institutions de représentation des métiers d'art en France qui sont l'AAF et l'INMA, étant donné qu'il n'existe pas de définition officielle des métiers d'art : « L'ensemble des professionnels qui fabriquent eux-mêmes, éventuellement avec l'aide de salariés, dans le cadre de l'entreprise qu'ils dirigent, des objets matériels à vocation esthétique à partir de savoir-faire traditionnellement attachés à un métier […] et appliqués à un matériau non périssable dans l'optique de les vendre[109] ». La naissance du groupe professionnel des céramistes d'art, dont Flora Bajard a décrit le processus d'institutionnalisation trouve écho dans les travaux d'Anne Jourdain. Les deux chercheuses mettent en lumière les efforts des acteurs dans la construction des groupes professionnels et de marchés spécifiques à partir de mécanismes fondés sur des normes sociales et l'expertise professionnelle. En effet, le secteur de l'artisanat d'art et des métiers d'art met à l'œuvre des mécanismes et des éthiques de marchés fondées sur le savoir-faire et la tradition comme levier de la création. Jourdain propose une typologie des artisans d'art en quatre pôles structurant l'orientation artistique ou artisanale du métier : les artisans d'élite, les fabricants, les créatrices et les artistes de renom. Ces catégories s'établissent selon une analyse de l'origine sociale, de trajectoire professionnelle, de pratiques de travail et de commerce ou encore les voies d'autodéfinition. Selon cette logique, les céramistes d'art peuvent être reconnus à leur tour parmi l'un ou plusieurs de ces quatre pôles notamment face

[109] A. Jourdain, Du coeur à l'ouvrage. Les artisans d'art en France, op. cit., p. 13.

aux difficultés d'institutionnalisation de la pratique. Cela serait en partie liée selon Anne Jourdain, à « la dichotomie historiquement instituée entre art et artisanat qui va à l'encontre du projet de réconciliation entre régime de l'art et régime de l'artisanat qui se trouve au fondement des métiers d'art[110] ». Cette dichotomie est maintenue par de nombreuses institutions, les représentations ainsi que par les pratiques elles-mêmes : « Des inscriptions et statuts juridiques distincts (entre Maison des artistes et Chambres de métiers et de l'artisanat), des modes de formation différenciée (entre écoles d'art et apprentissage par exemple), des marchés cloisonnés, etc. […] l'inertie ou le poids de l'histoire se ressent ainsi sur les représentations, mais aussi sur les pratiques professionnelles elles-mêmes[111] ». Pour sa part, Flora Bajard montre combien les céramistes d'art contestent ces partages et les hiérarchies institutionnalisées qu'elles revêtent en affirmant une double appartenance aux régimes artistique et artisanal. Les actions menées par les céramistes d'art pour faire connaître et reconnaître leur travail ont ainsi eu des effets sur la construction d'un marché dont ils ont été majoritairement les garants durant plus de quarante ans et dont, les dispositifs sont fortement diversifiés[112]. Pour Serge Nicole, céramiste et ancien directeur d'Ateliers d'Art de France[113], la céramique joue un rôle essentiel dans les processus de dissolution de hiérarchies entre art, artisanat et art contemporain, ainsi que dans l'évolution de l'ensemble du secteur des métiers d'art : « La céramique a un rôle de moteur de la structuration du secteur (des métiers d'art) et pour la dissolution des barrières entre de l'artisanat et l'art contemporain. La céramique est moteur effectivement pour l'accession dans l'image du public ; les galeries incorporent la céramique avant les autres métiers d'art et donc la céramique a ce rôle là d'aider à la dissolution des frontières[114] ». Pour lui, même si la céramique possède une identité culturelle forte, l'évolution doit se penser pour l'ensemble des métiers d'art à travers des partenariats stratégiques avec l'ensemble des acteurs : « Le fait d'avoir noué des partenariats stratégiques avec un ensemble d'acteurs constitue d'autant plus une communauté

[110] Ibid., p. 302.

[111] Ibid., p. 303.

[112] Voir deuxième partie, consacré aux espace intermédiaires, notamment le chapitre sur les différents marchés (marché des potiers, vente aux enchères, galeries, boutiques galeries, etc.) et espaces de diffusion de la céramique d'art (musées, salons, biennales, etc.)

[113] Serge Nicole a été le président d'AAF pendant dix ans. Il a été succédé par Aude Tahon (créatrice textile et ancienne vice-présidente de l'organisation) le 28 septembre 2016.

[114] Entretien avec Serge Nicole. Enquête de terrain 2014

élargie, professionnelle, une communauté plus vaste d'acteurs engagés aussi dans la structuration : la maison des artistes, le ministère de la Culture, le ministère du Commerce et de l'Artisanat, mais aussi avec de plus petits groupes comme le club de Collectionneurs de Céramique… et c'est ça qui fait notre force aujourd'hui[115] ». Mais en plus des partenariats et de l'identité forte de la communauté professionnelle, le nombre important de céramistes d'art, constitue aussi un élément de poids. Si l'exercice de recensement du nombre de céramistes en France (tout comme des artistes et artisans d'art) s'avère un exercice délicat, c'est avant tout à cause de la grande hétérogénéité de pratiques de production/création liées au métier. Ce travail a été effectué par le Guide des Céramistes, à travers un annuaire où sont recensés les céramistes et les différents espaces dédiés à la céramique (musées, galeries, marchés, écoles, etc.), édité par la Revue de la céramique et du verre[116]. L'objectif du guide est de « dresser un panorama aussi complet que possible du paysage céramique en France et aux trois pays voisins en partie francophones : la Belgique, le Luxembourg et la Suisse pour les deux dernières éditions ». La première édition a été réalisée en 1992 et recensait 700 céramistes. La cinquième et dernière édition, parue en 2012, recense plus de 1700 céramistes alors que sur l'avant-propos du guide est expliqué que le questionnaire a été « envoyé par courrier aux 8500 céramistes recensés dans le fichier de la Revue[117] ». Ils seraient plus de 2000 à exercer en professionnels de la céramique en France.

4. La valeur patrimoniale du savoir-faire artistique

Afin d'aborder la céramique sous le prisme de sa valeur patrimoniale, il convient d'abord de tenter une définition de la notion de patrimoine. Cette tâche s'annonce

[115] Entretien avec Serge Nicole. Enquête de terrain 2014

[116] La première édition du Guide des céramistes a été réalisée en 1992 et recensait 700 céramistes. Dans les éditions ultérieures on retrouve celle de 1997, avec 1200 céramistes, celle de 2004 avec 1400 céramistes. En 2006, le guide comptabilise 1960 potiers et céramistes (sur la page de couverture on peut lire : "1960 potiers et sculpteurs en France, Belgique, Luxembourg et Suisse"). La cinquième et dernière édition en date est celle de 2012, c'est à dire six ans plus tard. Elle recense plus de 1700 céramistes. Si le nombre de céramistes recensés s'est réduit par rapport à celle de 2006, nous lions ce fait non pas à une réduction du nombre de céramistes en France, mais à un recadrage des critères (le terme « potier » n'y apparaît plus). Cela pourrait signifier qu'une partie de la production artisanale et semi-industrielle aurait été écartée. Pour Flora Bajard avance dans sa thèse qu'il sont 2000 céramistes professionnels en France.

[117] Guide des céramistes, s.l., Revue de la Céramique et du verre(Editions de la), 2013, p. 6.

extrêmement complexe, tant le terme a évolué et de nombreuses significations lui sont associées. En effet, si les principales acceptions concernent les domaines juridiques et culturels, le patrimoine culturel se définit à partir d'un nombre important d'« instruments » allant bien au-delà de la seule notion d'héritage. En 1913 la loi le définissait comme un « ensemble de monuments et de sites bâtis anciens présentant un intérêt artistique, historique et culturel », élargissant ensuite son champ aux « objets mobiliers dont la conservation présente, du point de vue de l'histoire, de l'art, de la science ou de la technique un intérêt public[118] ». Face au caractère restrictif de cette définition vis-à-vis de son objet, un processus d'élargissement du champ sémantique s'est instauré afin de mieux prendre en compte les expressions matérielles et immatérielles du patrimoine. Et ce, selon ses extensions de natures différentes : chronologique, topographique, catégorielle et conceptuelle[119]. En effet, « la valeur n'est plus liée à la rareté et à l'unicité de l'objet, mais plutôt à sa typicité, qui résulte de son lien à une communauté ou à un territoire définis[120] ». Comme le souligne l'historien François Hartog, « le patrimoine est l'*alter ego* de la mémoire[121] », faisant écho à la pensée de Pierre Nora[122] qui affirme que la « patrimonialisation » est le basculement, à partir des années 1980, d'un régime de mémoire dans un autre (de « l'histoire mémoire » à « l'histoire-patrimoine »). À cette période, le patrimoine s'est imposé en France comme la catégorie dominante de la vie culturelle et des politiques publiques. Dans la suite de ce processus, c'est en 2003 que l'Assemblée Générale de l'Unesco adopte la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel (PCI), avec pour but de réfléchir à des dispositifs adaptés à la sauvegarde, à la sensibilisation aux niveaux local, national et international à l'importance du PCI, la coopération et l'assistance internationales. Ratifiée en 2011 par 137 États, la convention définit le PCI par « les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire — ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés — que les communautés, les groupes et, le cas échéant, les individus reconnaissent comme

[118] Bady P. 1984. Les monuments français. Paris, PUF. In Francesca Cominelli, « Le patrimoine culturel immatériel est-il un bien commun ? Le cas de la pierre sèche en France », Revue de l'organisation responsable, 30 septembre 2013, Vol. 7, n° 2, p. 83-92.

[119] Nathalie Heinich, La fabrique du patrimoine: « de la cathédrale à la petite cuillère », Paris, France, Éd. de la Maison des sciences de l'homme, DL 2009, 2009, 286 p.

[120] F. Cominelli, « Le patrimoine culturel immatériel est-il un bien commun ? », art cit.

[121] François Hartog, Régimes d'historicité. Présentisme et expériences du temps, Paris, Seuil, 2003

[122] Pierre Nora, Les lieux de la mémoire, Paris Gallimard, 1986.

faisant partie de leur patrimoine culturel […] transmis de génération en génération, est recréé en permanence par les communautés et groupes en fonction de leur milieu, de leur interaction avec la nature et de leur histoire, et leur procure un sentiment d'identité et de continuité, contribuant ainsi à promouvoir le respect de la diversité culturelle et la créativité humaine[123]. » Ainsi, le PCI se manifeste dans des domaines divers tels que les traditions et expressions orales, les arts du spectacle, les rituels, les savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel, etc. La liste compte plusieurs savoir-faire liés à la céramique, et considérés comme uniques (Ouzbékistan, Roumanie, etc.) et la sauvegarde nécessaire au regard de leur fonction identitaire et de leur dimension sociale (des connaissances et des savoir-faire que les praticiens reconnaissent comme leurs). La mise en valeur du patrimoine est particulièrement variée et fait l'objet d'une négociation où certains aspects sont bien souvent mis en valeur au détriment d'autres : l'aspect social, historique, les techniques de fabrication, l'esthétique, etc. Il s'agit là, de la construction de la valeur patrimoniale de la céramique, dont l'artification pourrait être considérée comme une des composantes, tout autant qu'une de ses lignes de tension. Côté innovation, la médiation va généralement se saisir de l'axe artistique ou patrimonial laissant l'un ou l'autre dans l'ombre. Jean Baudrillard soutient que les objets témoignent d'une ambiguïté irrésolue entre la valeur du passé et celle du présent et la fascination des origines : « C'est la curiosité anxieuse de nos origines qui juxtapose aux objets fonctionnels, signes de notre maîtrise actuelle, les objets mythologiques, signes d'un règne antérieur […]. Certains sont médiations du présent, d'autres médiations du passé, et la valeur de ceux-ci est celle du manque[124] ». La multiplicité de sens de l'objet rappelle ainsi les limites des conceptions de l'objet au sein de l'étude des interactions et de l'interobjectivité[125]. En considérant le savoir-faire dans une même épistémologie matérielle, les objets sont observés à travers leurs pratiques et leurs usages. Saisir l'objet par sa condition d'objet sémiophore[126], concept développé par Krzysztof Pomian pour désigner les significations dont l'objet peut être porteur, consiste à penser la dimension matérielle de la vie sociale, en même temps que la vie sociale de la dimension

[123] UNESCO, Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, http://www.unesco.org/culture/ich/fr/convention , 2003.

[124] Jean Baudrillard, Le système des objets:, Paris, France, Denoël-Gonthier, 1984, p. 353.

[125] B. Latour, « Une sociologie sans objet ? », art cit.

[126] Krzysztof. Pomian, Collectionneurs, amateurs et curieux: Paris, Venise, XVIe-XVIIIe siècle, Paris, Gallimard, 1987.

matérielle. Et c'est bien à travers la culture de métier, qu'une identité patrimoniale de la céramique composée d'un système de savoir-faire et une affirmation de la technophilie, s'est construite au fil du temps. En effet, un savoir-faire est défini comme « un ensemble de capacités opérationnelles, acquises par la participation au processus de travail, qui s'appliquent aux outils, aux machines, à la matière ou au produit final[127] ». Les savoir-faire « ne peuvent être considérés comme totalement exogènes, ils restent tributaires de la polarisation entre connaissances intellectuelles et manuelles[128] ». Appliqués aux secteurs culturels et dans une dimension traditionnelle, les savoir-faire désignent un certain nombre de particularités : « Ils sont locaux, enracinés dans un territoire et propres à une communauté culturelle traditionnelle de laquelle ils font partie ; tacites, c'est-à-dire non formulés expressément, mais transmis oralement par imitation et démonstration et donc difficilement codifiables ; fondés sur l'expérience plutôt que sur la théorie ; acquis grâce à la répétition, caractéristique de la tradition, et qui aide à les retenir tout en les renforçant ; changeant constamment, produits et reproduits, redécouverts ou perdus[129] ». L'importance des savoir-faire au sein de la création artistique de la céramique fait écho à la forte intention politique derrière l'action des céramistes d'art laquelle « se retrouve également chez leurs successeurs qui reconnaissent en leurs prédécesseurs, les acteurs d'un engagement pour le milieu auquel ils ont adhéré[130] ». C'est donc à travers la transmission des savoir-faire et des normes de leur culture de métier que se construit un milieu artistique marqué par « l'influence de l'idée de choix du métier comme style de vie[131] ».

4.1 Valeur patrimoniale : entre rupture partielle et continuité

Lorsque l'on rapproche le champ de la céramique à la situation du patrimoine culturel, l'on distingue trois segments en continuité ou en rupture partielle avec la valeur patrimoniale des mondes de l'art. Tout d'abord, la céramique d'art en continuité avec la

[127] Marcelle Stroobants, Sociologie du travail, Paris, France, A. Colin, 2014.

[128] Christian Bessy, « Stroobants Marcelle, Savoir-faire et compétences au travail. Une sociologie de la fabrication des aptitudes », Revue française de sociologie, 1996, vol. 37, n° 2, p. 319-322.

[129] Banque mondiale 1998, dans F. Cominelli, « Le patrimoine culturel immatériel est-il un bien commun ? », art cit.

[130] F. Bajard, Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être, op. cit., p. 93.

[131] Ibid.

culture du métier manuel, puis celle d'une céramique contemporaine dans une situation de rupture partielle par les variabilités et innovations technico-esthétiques, sociales, communicationnelles, etc. Et enfin, une troisième céramique d'art contemporain qui nous le verrons, n'est pas en rupture totale, mais partielle avec le socle patrimonial du monde potier. En d'autres termes, la diversité de la céramique aujourd'hui (dont nous développerons les caractéristiques dans les deux prochains chapitres), incarne les marques d'une culture matérielle et immatérielle dont les catégories répondent respectivement aux logiques de continuité, de rupture et de continuité partielles décrites par Jean Davallon. Trois sortes de continuité se distinguent ainsi dans la situation patrimoniale : une continuité avec une certaine « persévérance dans les traditions et les pratiques ». Une deuxième qui correspond aux choix de l'innovation et les représentations changeantes, comme une certaine modernisation de la tradition, et une troisième qui correspond au travail de remise au jour d'une « tradition » oubliée, perdue, non visible, etc., et où les pratiques, objets, matériels et immatériel sont « utilisées pour reconstruire une continuité entre leur environnement d'origine et nous[132] ». Lorsqu'un objet (ou pratique) perd sa valeur d'usage, il en acquiert une nouvelle en tant que porteur d'une mémoire, d'un savoir, d'une ancienneté et c'est cela qui justifie sa conservation, sa protection juridique et sa valorisation[133]. Ainsi, parmi les diverses valeurs contenant l'objet patrimonial ; — valeurs d'ancienneté, valeurs historiques[134], traditionnelles, économiques, de communication[135], etc. —, la valeur d'ancienneté prévaut sur les autres, voir même sur la valeur historique en ce que celle-ci renvoie au savoir et moins à la sensibilité. Véronique Brumm décrit dans sa thèse de doctorat sur la patrimonialisation de l'industrie verrière et du cristal, comment celle-ci est parvenue, d'une considération principalement fondée sur la valeur économique, à accéder à un nouveau statut : celui de patrimoine. Elle montre à travers les changements historiques, au cours desquels, le verre connaît des bouleversements considérables, comment les acteurs du monde du verre et du cristal affirment peu à peu les spécificités patrimoniales. Par exemple, les crises que le secteur a rencontrées ont conduit à prendre

[132] Jean Davallon, Le don du patrimoine: une approche communicationnelle de la patrimonialisation, Paris, France, Hermès science publications : Lavoisier, 2006, 222 p.

[133] J. Davallon, « Tradition, mémoire, patrimoine », art cit.

[134] Alois Riegl et al., Le culte moderne des monuments: sa nature, son origine, Paris, France, Ecole d'Architecture Paris-Villemin], 1984, 78 p.

[135] Xavier Greffe, La gestion du patrimoine culturel, Paris, France, Anthropos, 1999, vi+253 p.

des mesures traditionnelles pour y faire face : « Adaptation de l'outil de travail, création, distribution — à côté desquelles les mises en scène à l'occasion d'expositions se poursuivent tout en se transformant progressivement jusqu'à prendre une forme nouvelle : la valorisation patrimoniale […] L'industrie du verre et du cristal est présentée à la fois comme traditionnelle — longue histoire du verre, ancrage local... —, mais également comme innovante, les savoir-faire transmis de génération en génération, les découvertes, les réalisations passées, servant d'appui à la construction de l'avenir[136] ». C'est dans ce processus de construction de la valeur du patrimoine que le secteur va mettre en scène les valeurs nouvelles. De façon similaire, on peut dire que le secteur de la céramique agit dans le sens d'un *jeu de montré-caché* « laissant dans l'ombre certains objets, n'abordant pas certains sujets, afin de mieux en valoriser d'autres[137] ». Les transformations de la céramique sont en résonance avec les discours savants lesquels construisent et distinguent, comme l'affirme Jean Davallon, ce qui est digne d'être mis en valeur, conservé, communiqué, transmis[138]. La singularisation du milieu passe ainsi par des initiatives et des expériences que considèrent des critères et des usages dans la valorisation et la construction de ce que fait patrimoine, comme c'est le cas par exemple, de la porcelaine de Limoges.

4.2 Patrimonialisation de la porcelaine de Limoges : échec d'une stratégie territorialisée

Nous rapportons ici un exemple qui vise à montrer la difficulté à concilier la valeur patrimoniale avec des paramètres connexes comme l'économique. En novembre 2011 la Ville de Limoges et l'Union de porcelainiers déposaient un dossier de candidature en vue de l'inscription des savoir-faire liés à la porcelaine de Limoges aux listes du patrimoine culturel immatériel et registre des meilleures pratiques de sauvegarde lors de la Sixième session de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, à Bali, en Indonésie. Ce dispositif consiste à évaluer les candidatures pour l'inscription des pratiques et expressions culturelles du patrimoine immatériel proposées par les États parties à la Convention de 2003. Le projet de patrimonialisation doit être en

[136] Brumm Véronique, « La Patrimonialisation de l'industrie du verre et du cristal. », Culture & Musées, 2005, vol. 5, n° 1, p. 192-196.

[137] Véronique Brumm, La patrimonialisation de l'industrie du verre et du cristal, s.l., Avignon, 2003.

[138] J. Davallon, Le don du patrimoine, op. cit.

mesure de montrer le caractère urgent et nécessitant une sauvegarde des pratiques et expressions pour assurer leur transmission : « Les inscriptions sur cette Liste contribuent à mobiliser la coopération et l'assistance internationale qui permettent aux parties prenantes de prendre des mesures de sauvegarde adéquates[139] ». La candidature de la porcelaine de Limoges part des spécificités de la matière : « La porcelaine de Limoges se distingue tout particulièrement par des blancs exceptionnels par leur dureté, leur blancheur et leur translucidité, ainsi que par deux siècles et demi d'une création continue de décors et de motifs recherchés et raffinés qui lui sont spécifiques[140] ». Les savoir-faire sont ensuite décrits, notamment par les processus manufacturiers artisanaux : « Le domaine concerné est celui des savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel […]. Ces savoir-faire sont particulièrement adaptés aux étapes essentielles de la réalisation de la porcelaine de Limoges. Il s'agit de la réalisation des modèles et des moules qui sont à l'origine des fabrications en série, du garnissage (la pose de boutons, de becs et d'anses), de l'émaillage, des travaux de décoration délicats (la peinture d'un filet, le travail de l'or comme le brunissage et la pose de reliefs) et de l'incrustation[141] ». L'argumentation se poursuit par la mise en valeur de l'ensemble des détenteurs et promoteurs de ces savoir-faire, c'est à dire les artisans et autres acteurs de la filière lesquels « composent à Limoges une communauté attachante, enracinée dans une longue collaboration, unie par la transmission continue des qualifications au fil des générations, ainsi que par une histoire sociale riche de combats syndicaux et politiques. Cette communauté des professionnels s'identifie à une production raffinée, indissociable de l'image de la ville, soutenue par une vraie notoriété internationale[142] ». Le caractère urgent de sa conservation est enfin souligné : « Aujourd'hui, le déclin de la production de porcelaine oblige à veiller à la sauvegarde des savoir-faire indispensables au maintien de la qualité de la porcelaine de Limoges[143] ». Il est avancé que la porcelaine de Limoges fait l'objet de nombreuses contrefaçons originaires de la Tunisie et de la Chine notamment. En dépit de ces arguments, la porcelaine de Limoges n'est pour l'heure pas encore inscrite aux

[139] Source site internet de l'Unesco. URL : http://www.unesco.org/culture/ich/fr/les-etats-parties-00024 Consulté le 10 novembre 2015

[140] Dossier de candidature pour l'inscription de la porcelaine de Limoges sur la liste représentative du PCI de l'Unesco, s.l., 2011.

[141] Ibid.

[142] Ibid.

[143] Ibid.

listes du PCI pour plusieurs raisons. Le dossier avait été provisoirement retiré par l'État français pour des raisons de procédure notamment liées à des lacunes qu'il présentait de par sa forte orientation commerciale : « Les mesures proposées sont largement orientées vers le maintien et l'augmentation de la production de biens commerciaux ; de plus amples informations seraient nécessaires concernant les mesures de sauvegarde de cet artisanat traditionnel et les moyens d'atténuer les effets potentiels négatifs d'une sur-commercialisation résultant de l'inscription de l'élément sur la Liste représentative[144] ». En 2014, Emile-Roger Lombertie, maire de Limoges, annonce qu'il souhaite relancer cette candidature « et défendre "Limoges" comme une marque déposée partout dans le monde[145] ». Si bien, le besoin de protection de la production porcelainière de Limoges compte d'autres dispositifs de protection[146], ceux-ci ne semblent pas être suffisants face à la conjoncture économique mondiale favorisant une forte concurrence entre les marchés. L'intérêt que la Convention de l'Unesco a pour la sauvegarde de la porcelaine de Limoges est donc essentiellement porté sur le métier, d'un point de vue des savoir-faire techniques. L'évaluation des candidatures dépend entre autres de l'identification du patrimoine au-delà de la « marque » que son inscription suppose. La difficulté à juger de la pertinence du projet se pose au moment où de nombreux projets de candidatures sont cohérents avec les textes officiels fixant le cadre de la convention, mais ne peuvent pas tous aboutir : « Si les propositions faites ne sont pas toutes réalisables, presque toutes du moins sont désormais pertinentes au regard des textes officiels fixant le cadre d'action de la Convention. Tous les acteurs concernés y voient un moyen de sauvegarder un patrimoine qui mérite autant qu'un autre d'être préservé, et pour lequel jusqu'à présent n'existent pas en France de dispositions législatives ou tout simplement réglementaires […] Certaines initiatives récentes […] témoignent d'un souci de faire entrer le patrimoine immatériel dans les politiques culturelles au-delà des effets de visibilité

[144] Source « Le dossier de la porcelaine de Limoges provisoirement retiré », Article publié dans le Journal le Populaire du Centre le 23/11/2011 URL : http://www.lepopulaire.fr/limoges/2011/11/23/unesco-le-dossier-de-la-porcelaine-de-limoges-provisoirement-retire_172344.html (Consulté en juillet 2014)

[145] Porcelaine de Limoges : le maire veut relancer l'inscription au patrimoine mondial de l'Unesco, http://france3-regions.francetvinfo.fr/limousin/2014/09/25/porcelaine-de-limoges-le-maire-veut-relancer-l-inscription-au-patrimoine-mondial-de-l-unesco-558660.html (Consulté en février 2016).

[146] On retrouve notamment la loi relative à la consommation instaurant une indication géographique protégée (IGP) adoptée le 13 février 2014. Elle était jusqu'alors réservée aux produits alimentaires, mais s'étend désormais aux produits artisanaux et manufacturés. Cette loi vise à renforcer le dispositif législatif français pour une meilleure protection des savoir-faire. Elle affirme le besoin de protéger les savoir-faire issu d'une tradition pour assurer sa sauvegarde, mais retrouve des limites dans son application.

découlant des inscriptions[147] ». Les valeurs associées au patrimoine sont effectivement riches et hétérogènes. Aloïs Riegl distingue deux catégories de valeurs : celle de remémoration (passé) et l'autre de contemporanéité (présent). Une approche plus contemporaine des valeurs associées au patrimoine proposée par Xavier Geffre distingue trois grands types : valeurs traditionnelles attachées à la culture, valeurs économiques et valeurs de communication[148]. Il place dans la première catégorie les valeurs esthétique, artistique et historique. C'est en cela que de Sèvres à Limoges, de Vallauris à La Borne, de Châteauroux à Saint-Quentin la Poterie, etc., des territoires se sont forgé une image liant la céramique au patrimoine culturel (la porcelaine pour Limoges, les santons pour Aubagne, la céramique d'art à La Borne ou Saint-Quentin-la-Poterie). La patrimonialisation de la céramique devient ainsi le fer de lance du projet culturel pour certaines de ces villes. Le cas de la porcelaine de Limoges montre non seulement que les processus doivent s'insérer dans des orientations institutionnelles, mais que les discours réclament un équilibre entre les valeurs défendues et les valeurs légitimes et légitimantes des marchés et les réalités sociales et patrimoniales plus larges.

4.3 La technique, une valeur patrimoniale gratifiante

Si la valeur patrimoniale constitue un des opérateurs du processus d'artification de la céramique, la *technophilie* se manifeste comme un opérateur de sa patrimonialisation. La forte référence à la matérialité qu'implique la pratique — montre que la céramique résulte d'une instruction complexe comprenant la connaissance d'un panel extensif de savoirs, de compétences sur les formules chimiques des émaux et des terres, de l'usage des machines difficiles à appréhender comme le four ou le tour. Si la pratique de métier artisanal et artistique est considérée comme étant gratifiante pour les pratiquants, c'est parce que l'activité procure une satisfaction liée en partie à cette dimension technique et puisque le secteur de l'artisanat d'art s'inscrit dans une dialectique dont la valeur du travail a des implications allant au-delà du facteur financier : « La relative précarité économique de ces professionnels s'accompagne d'une quête de bonheur dans le travail

[147] Christian Hottin, « Entre ratification et inscriptions », Terrain. Revue d'ethnologie de l'Europe, 5 septembre 2011, n° 57, p. 144-157.

[148] X. Greffe, La gestion du patrimoine culturel, op. cit.

qui semble évacuer, du moins en partie, la question du profit marchand[149] ». Par ailleurs, comme le soulignait Batiste Buob sur les luthiers, ceux-ci « fabriquent des instruments non seulement pour les utilisateurs finaux, mais aussi pour leurs pairs[150] ». Ce désir de reconnaissance du travail bien fait par les autres professionnels est perceptible chez les céramistes et autres professionnels du secteur. La valeur qualitative de l'ouvrage s'adresse en partie au jugement expert des pairs[151], et se déploie à travers une réelle *technophilie*, laquelle est héritière des principes d'une économie du travail parcellisé et reposant sur des structures « traditionnelles ». Dans la lutherie traditionnelle, l'innovation est quasiment inexistante : « L'innovation et les améliorations dans le domaine sont rares puisque les luthiers reproduisent des modèles de violons[152] à partir de mesures prises sur d'anciens instruments[153] ». En revanche, la reproduction des dimensions, des formes et des épaisseurs n'empêche pas aux luthiers de chercher *le truc* qui fait un *bon* instrument étant donné que les résultats ne seront pas les mêmes malgré des mesures identiques. L'idée qu'il n'existerait pas de « recette miracle » est récurrente puisqu'il est admis que « la fabrication d'un violon est un "perpétuel recommencement[154] " ». En ce sens, un luthier de guitares jazz par exemple, peut très bien réaliser des innovations dan la forme, ce qui aurait une incidence dans l'acoustique. Cependant, si le rapprochement entre la fabrication d'un instrument et la réalisation d'un vase en céramique, est pertinent en ce qu'il s'agit de la production d'un objet à usage, il l'est aussi dans l'inscription dans une passion technique et d'adaptation des modes de fabrication par une forme spécifique de « virtuosité du travailleur[155] ». Ce type de virtuosité n'est pas le même que celui décrit par Victor Stoichita concernant les

[149] F. Bajard et M. Perrenoud, « Ça n'a pas de prix », art cit.

[150] Baptiste Buob, De l'adresse. Remarques sur l'esthétique des gestes du luthier, s.l., Musée du quai Branly, 2013, vol.17.

[151] Un luthier argentin nous montrait un violon qu'il avait fabriqué et dont il se disait très fier. L'instrument avait pour singularité de porter à l'intérieur de la caisse, c'est à dire au cœur, un dessin réalisé par une artiste amie du luthier. Cet élément n'avait donc pas pour objectif d'augmenter la valeur esthétique ou marchande de l'objet, puisqu'il ne pourrait être vu que par le luthier qui serait amené à l'ouvrir lors d'une éventuelle réparation. Ainsi, la spécificité de ce violon est celle de porter un élément unique visant à provoquer la « surprise » d'un collègue et non pas du musicien ou acheteur de l'instrument.

[152] Les violons sont réalisés sur la copie de copies de modèles fabriqués au XVIIe et XVIIIe siècle en Italie

[153] B. Buob, *De l'adresse. Remarques sur l'esthétique des gestes du luthier*, *op. cit.*

[154] *Ibid.*

[155] Ibid.

musiciens de musiques tsiganes et dont le but est d'impressionner le public[156]. Cette virtuosité est en effet synonyme d'adresse, de maîtrise du geste et d'un fort degré de connaissance de la matière et des règles du métier identifiable avant tout par les professionnels et amateurs spécialistes : « Un bon geste est un geste fluide qui n'agresse pas le bois, qui suit sa tendance naturelle en l'épousant de façon harmonieuse. Cette harmonie entre l'artisan et la matière imprime un "style" particulier[157] ». La notion de "style particulier" peut être assimilée à la pose de la signature, lequel renvoie à la croyance que le rapport entre l'artisan et la matière se trouve implicitement imprimé sur l'objet fini. Anne Jourdain note cependant que la singularité des métiers d'art s'institue à travers un système de règles définissant les frontières du marché portées par la valeur de la technique : « En valorisant la technicité, mais aussi l'aspect non standardisé de leur processus de fabrication, ils (les artisans) tentent de différencier leurs objets des produits industriels et des produits amateurs dont ils subissent la concurrence par les prix[158] ». C'est ainsi que la question technique devient un outil de mesure des représentations, puisqu'elle est omniprésente dans les discours.

La question de la technique a été traitée en sciences humaines par de nombreux auteurs tels que Bruno Latour, Michel de Certeau, André Leroi-Gourhan, Richard Sennett, Gilbert Simondon, parmi beaucoup d'autres. Comprise comme un phénomène social, la technique s'entend au-delà de la compétence et du savoir-faire. Elle s'inscrit dans une chaîne de processus complexes et présente des effets tels que la virtuosité, la performativité, la prouesse, la contorsion, etc.[159] La céramique intègre donc un système où la notion de la technique est fondamentale, bien que son caractère incontournable est admis comme étant dépassable et fréquemment réinterrogé. Alfred Gell oppose la conception purement utilitariste de la technique à la « caractéristique potentielle de toute action » : « Ce qui distingue la "technique" de la non-technique est un certain

[156] « De la musique à la jonglerie, de la prestidigitation à la voltige aérienne ou encore à la cascade à moto, rares sont les arts et les techniques qui ont échappé à la tentation de déployer, à un moment ou à un autre, d'innombrables figures et procédés afin d'impressionner leur public » dans Victor A. Stoichita, Emmanuel Grimaud et Graham Jones, « Préambule », Ateliers d'anthropologie [En ligne], 35 | 2011, mis en ligne le 10 juin 2011, consulté le 18 mai 2015. URL : http://ateliers.revues.org/8838 ; DOI : 10.4000/ateliers.8838

[157] B. Buob, De l'adresse. Remarques sur l'esthétique des gestes du luthier, op. cit.

[158] Jourdain Anne., 2010. La construction sociale de la singularité. Une stratégie entrepreneuriale des artisans d'art, Revue Française de Socio-Économie, 6, 13-30.

[159] Victor A. Stoichita, Emmanuel Grimaud et Graham Jones, « Préambule », Ateliers d'anthropologie. Revue éditée par le Laboratoire d'ethnologie et de sociologie comparative, 10 juin 2011, n° 35.

degré de contournement dans l'obtention d'un résultat donné. […] Les moyens techniques sont des moyens détournés d'atteindre un but. Le degré de technicité est proportionnel au nombre et à la complexité des étapes qui lient le donné initial à l'objectif poursuivi[160] ». Selon la pensée d'Alfred Gell, le contournement de la technique et la considération des procédés techniques ne signifient pas l'absence de technique, mais traduisent le déploiement d'un ensemble d'étapes venant déterminer le résultat final. Ainsi, que ce soit dans la production utilitaire, décorative ou à caractère purement artistique, le geste technique proclame de manière consciente ou inconsciente l'idée qu'il existe d'un côté une « esthétique fonctionnelle[161] » et de l'autre une sorte de technique de l'ordre du hasard. Contrairement à Marcel Mauss pour qui la technique se définit comme un « acte traditionnel efficace », pour Batiste Buob l'efficacité technique ne doit pas être considérée sous le seul angle de sa matérialité puisque certains gestes peuvent ne pas avoir d'effets sur l'objet. Cette articulation entre technique et tradition impliquerait un rapport peu souple entre l'artisan, la technique et la tradition. De plus, il devient possible chez les luthiers comme chez les potiers d'apporter des modifications aux traditions. Et c'est à travers la maîtrise des principes techniques que vient s'activer le socle de la libération puisqu'il s'agit ensuite d'introduire de nouveaux registres, d'innover. En ouvrant en quelque sorte un espace de liberté, ils donnent naissance à de nouvelles traditions, en oubliant d'autres, et en modifiant les pratiques, la mémoire, les savoirs qu'il faut préserver ou faire évoluer. Entre donc en jeu l'habileté de l'artisan qui montre son geste technique à travers sa capacité à apporter « son style » tout en respectant la « tradition » du métier. Le geste technique, traditionnel, efficace, bien fait… devient visible pour qui sait lire la technique dans l'objet : « Si la technique vise à produire un objet "utile", elle est également dans certains cas contemplée pour elle même. […] Le regard expert virtuellement posé sur l'instrument par les membres de cette communauté de pratique guide la main du luthier vers la forme qui correspond le mieux aux représentations qu'il se fait du "bon" geste[162] ». En ce sens, la prévalence d'une rhétorique technique présuppose que seuls les pairs, publics experts, et spécialistes auraient accès à la valeur technique des objets, laquelle précéderait les valeurs esthétiques et marchands des

[160] Ibid.

[161] Leroi-Gourdhan 1956 B. Buob, De l'adresse. Remarques sur l'esthétique des gestes du luthier, op. cit.

[162] *Ibid.*

objets. Cependant, il s'agit là d'une des luttes pour la reconnaissance de l'expérience, des savoir-faire, voire du sacrifice de l'artisan, etc., face à la méconnaissance générale du grand public. Le geste devient pour le céramiste, comme pour le luthier, « le support de l'expression d'une tradition, un outil de socialisation au service de la transmission d'une culture propre à la communauté de pratique des luthiers. Faire se mue en une façon de dire, d'inscrire la technique dans une histoire et une tradition singulières[163] ». Ainsi, la place de la technique au sein de la construction de la valeur patrimoniale de la céramique d'art s'opère à travers la mise en scène de la valeur du métier, de sa tradition, et s'articule à la fois, à une forte intention créatrice.

4.4 Le savoir-faire : de l'obsession au secret

La haute température, les argiles, les formules d'émaux, font partie de la galaxie de savoir-faire du monde de la céramique. L'impact que « Le livre des potiers » de Bernard Leach a eu pour la profession est désormais admis et réaffirmé. Cet ouvrage, considéré par beaucoup comme la « bible des potiers » a eu pour effet d'entraîner la prise de conscience de la valeur culturelle du monde potier par ses acteurs. La vie d'atelier y est décrite avec les étapes, des modalités de travail et des conseils sur les « bonnes pratiques ». Publié en Angleterre en 1940, il a fallu attendre 1973 pour qu'il soit traduit et publié en France. Entre temps, « des traductions manuscrites circulaient dès sa première publication et nombre de céramistes ont appris l'anglais dans le seul but de le lire dans le texte[164] ». C'est à partir de la popularisation de l'ouvrage que de nombreux potiers et céramistes se sont engagés dans l'exercice de l'écriture et de la transmission des savoirs. Le célèbre potier et « frère » Daniel de Montmollin, par exemple, figure emblématique du milieu, avait découvert l'ouvrage par une traduction du céramiste Antoine de Vinck en 1956. C'est ce qui lui avait donné envie de se consacrer entièrement à la recherche sur les émaux de cendres et de ce qui deviendra plus tard, son activité de céramiste-écrivain. À travers la divulgation des « savoirs » et « secrets » techniques, elle participe de la construction de sa dimension symbolique, voire mythologique. Pour Nathalie Darène, la valeur du savoir-faire se traduit par une situation de quasi-monopole : « Le savoir-faire idiosyncrasique qui relève essentiellement de l'implicite et de l'informel en réponse à des demandes inattendues

[163] *Ibid.*

[164] J. Girel, *Une brève histoire de la Céramique*, *op. cit.*

est une valeur marchande en situation de quasi-monopole pour certains. Ce savoir-faire est à la fois un ensemble de recettes, d'habitudes, de tours de main et même d'intuition que l'expérience a enrichi dans le temps[165] ». Le savoir-faire s'articule ainsi à partir de trois dimensions : « La dimension personnelle, car le savoir-faire ne peut être reporté à l'identique d'un individu à l'autre, la dimension contextuelle, car le savoir-faire se manifeste dans une situation concrète à un moment donné, dans des circonstances particulières, et la dimension cognitive, car en partant d'un savoir stabilisé, le savoir-faire se renouvelle en permanence par des explorations constantes[166] ».

Images. (gauche) Ernest Chaplet dans son atelier/ (droite) Pièce rouge de cuivre

Ces trois dimensions se retrouvent au sein de l'histoire tragique d'Ernest Chaplet[167], laquelle montre le combat humain du céramiste pour tenter de comprendre les mystères de l'univers de la céramique. Jean Girel relate qu'« à force de scruter l'intérieur de son four incandescent pour tenter d'en maîtriser les caprices, il perdra la vue et mettra fin à ses jours en 1909, après avoir brûlé dans un dernier four toute trace écrite de ses secrets[168] ». L'obsession pour la maîtrise technique (dimension contextuelle), relie l'imaginaire de la céramique (dimension cognitive) au caractère du sujet (dimension

---

[165] Nathalie Darène, « L'impact des pratiques industrielles contemporaines sur la confiance inter-organisationnelle dans la sous-traitance du luxe », Projectics / Proyéctica / Projectique, 2012, vol. 11, n° 2, p. 97.

[166] Balley, J.-F. 1997. Capitaliser et transmettre les savoir-faire de l'entreprise. Paris In Ibid.

[167] Chapelet est né à Sèvres en 1835. Il a travaillé pendant 14 ans à la Manufacture de Sèvres part à Paris pour expérimenter d'autres techniques. Il a collaboré avec Gauguin en 1886. Il est mort en 1909.

[168] J. Girel, Une brève histoire de la Céramique, op. cit., p. 130.

personnelle). L'état de désespoir causé par sa condition d'aveuglement va s'accorder au traitement obsessionnel de son activité[169], lequel va ensuite se déployer sur le vaste champ sémiotique de l'émail dans la céramique. Chaplet était un grand passionné d'une technique nommée « Rouge de cuivre ». Cette technique puisse la valeur dans la complexité de son obtention[170], mais aussi dans son caractère mythique. Ce « rouge sanguin » se trouve au cœur d'une légende qui dit qu'elle fût découverte en Chine, de manière hasardeuse, durant la dynastie Ming, alors qu'un des empereurs de la dynastie avait commandé un service de table :

> « Selon la légende, cette sorte de poterie était commandée par un des empereurs de la dynastie des Ming. Parce que son nom de famille était Zhu, et qu'en chinois Zhu désigne également une teinte de rouge, l'empereur fit créer à Jingdezhen une poterie d'un rouge élégant et distinct pour les offrir aux ancêtres. Mais après nombre de tentatives, les ouvriers n'arrivaient toujours pas à reproduire la même teinte. Et s'ils ne parvenaient pas à atteindre le résultat demandé, ils craignaient tous d'être condamnés à mort par l'empereur. À la veille de la date butoir, la fille du chef du four fit un rêve dans lequel Dieu exigeait le sacrifice de la jeune fille pour résoudre le problème. Au milieu de la nuit, elle se jeta dans le four. Le lendemain, quand le four fut ouvert, les poteries commandées étaient faites[171] »

Cette histoire compte plusieurs variations. Une autre légende évoque par exemple l'entrée d'un cochon dans le four, ou encore du potier désespéré par la non-obtention dudit émail. Le corps organique devient le combustible que provoquera la réduction d'oxygène lors de la cuisson nécessaire à l'obtention de cette couleur. Ce récit illustre la force mythologique qu'entoure la figure du céramiste (ou du potier), son métier ainsi que la technique qui l'obsède.

---

[169] Nous employons ici le concept d'activité dans le sens donné par Goffmann : celui d'une situation, d'un comportement incorporant les croyances, les attentes normatives du collectif, de manière à soutenir l'ordre de l'interaction du groupe.

[170] La technique du rouge de cuivre dite également « sang-de-bœuf » s'obtient grâce à une application d'émaux au cuivre, et une cuisson appelée « cuisson en réduction » consistant à enlever tout l'oxygène existant dans le four par le biais de l'introduction d'une matière combustible (bois, papier…) durant la cuisson. Cela s'effectue à des températures très élevées oscillant entre 1280 °C — 1300 °C.

[171] Source : Site du Centre professionnel international de formation aux arts céramiques de Velaine en Haye. Consulté le 10 octobre 2014 - URL : http://cpifac.com

4.5 Transmettre ou préserver le secret ? Une querelle professionnelle

Difficilement protégeables, les savoir-faire, acquis par l'effort, le travail et le sacrifice, sont contemplés avec admiration et souvent conservés avec soin. Nathalie Dèrene soutient à ce propos que « les moyens juridiques pour protéger le savoir-faire sont quasi inexistants et le culte du secret des métiers au savoir-faire très spécifique reste maintenu[172] ». Parfois incompris par ses découvreurs, parfois développés différemment, certains savoir-faire perdurent, d'autres se perdent et certains se renouvellent. Le savoir-faire demeure ainsi une négociation entre protection et transmission, d'autant plus qu'il ne peut y avoir de transmission identique d'un céramiste à l'autre, en tant que l'objet est unique. Cela tient d'un côté de la question économique, mais également de la maestria et la possession du savoir comme partie prenante de la construction de la réputation : les savoirs techniques représentent parfois une marque de fabrique requérant une régulation. Jean Girel[173] rapporte qu'en Chine, la divulgation du moindre secret concernant la porcelaine était punie de mort, alors que la transmission désintéressée a souvent été assurée au Moyen Âge par les philosophes, les scientifiques, les religieux. En terre d'islam, ce sont des savants, minéralogistes, alchimistes, chimistes qui ont consigné les connaissances de leur temps. Les savoir-faire des terres, des cuissons et la chimie des émaux ont besoin de l'oral et de l'écrit (la pratique). C'est ainsi que les savoirs se maintiennent, se perdent, se retrouvent, se modifient, et se retrouvent souvent étirés entre secret et désir de transmission. Simmel voyait dans le secret une fonction sociale essentielle puisqu'il agit en facteur de différenciation entre les individus. Le savoir, n'étant pas distribué de façon égalitaire, doit parfois reposer sur des principes de confiance. C'est par là qu' « il structure la société selon le principe de l'inclusion et de l'exclusion en dressant des barrières entre ceux qui savent et qui ont accès à un savoir et à des informations et ceux qui ignorent le secret pour lesquels de telles informations demeurent inaccessibles[174] ».

Un couple de céramistes nous confiait les éléments d'un désaccord qu'ils avaient eu quelques années auparavant, concernant leurs positionnements professionnels. Le

[172] N. Darène, « L'impact des pratiques industrielles contemporaines sur la confiance inter-organisationnelle dans la sous-traitance du luxe », art cit.

[173] J. Girel, Une brève histoire de la Céramique, op. cit.

[174] Wolfgang Kaiser, « Pratiques du secret », *Rives méditerranéennes*, 15 février 2004, n° 17, p. 7-10.

différend reposait sur la divulgation des techniques et savoir-faire aux élèves (stagiaires) de l'atelier. Des cours de céramique étaient proposés par la céramiste auprès d'une dizaine de personnes (principalement des femmes) dans les locaux d'un café culturel de la localité. Établis depuis une dizaine d'années, ces cours bénéficiaient d'une relative popularité au sein du territoire où ils avaient lieu. La dispute est survenue au moment où trois des élèves avaient décidé d'ouvrir une boutique-galerie de céramique. Les pièces étaient manufacturées par les élèves durant les cours et en dehors de ceux-ci, mais la vente des matériaux, la pose des émaux, les cuissons étaient assurées par la céramiste enseignante. De ce fait, certains objets (parfois techniquement complexes avec par exemple des émaux en « rouge de cuivre » ou des cristallisations) étaient vendus en tant que d'œuvres entièrement réalisées par les élèves. Étant donné qu'aucun protocole ou règlement formel n'avait été mis en place pour communiquer l'appui technique de l'atelier, et que cela était considéré comme tacite, l'époux de la céramiste-enseignante lui reprochait de « se faire avoir par ses élèves ». Considérés comme étant une propriété commune à l'atelier qu'ils avaient construit ensemble, la mise à disposition de ces savoirs était devenue le centre d'un différend professionnel lequel débordait sur les plans personnels. La problématique majeure portait ainsi sur la divulgation des techniques, mais avant tout, sur la non-reconnaissance publique de l'apport technique de l'atelier (il est également possible d'interpréter qu'il s'agissait d'un souci de rétribution financière considérée par l'époux, comme étant insuffisante). Pour la céramiste-enseignante, donner ces cours constituait une pratique des plus normales, puisqu'en plus de lui permettre une entrée financière stable, ils se constituaient comme un espace de sociabilité. Au sein de cette querelle, on retrouve également l'argument de l'ouverture des informations qu'offre internet :

> « Je donne ces cours par amour de l'enseignement et aussi parce qu'elles (les élèves) sont devenues mes amies au fil du temps. Je sens qu'elles respectent mon travail. En plus de ça, les cours me rapportent une entrée financière fixe tous les mois, sans quoi je ne pourrais pas payer Fredo (le seul salarié qu'emploie l'atelier). En plus, je ne comprends pas pourquoi on me reproche de partager ce qu'on fait alors que maintenant avec internet tout le monde peut trouver les formules, les recettes. En plus, elles (les élèves) ont de l'argent et pourraient faire la démarche de se payer de stages ailleurs, ou même de s'acheter un four. Ce n'est plus comme avant… on était les seuls à faire

ça […] Maintenant, je me dis que plus il y a des gens qui font de la céramique, mieux c'est »

Les postures de ces deux céramistes et partenaires de vie révèlent différents modes d'évaluation de la valeur des savoirs. La raison technique est considérée comme étant fondamentale, mais elle implique cependant son dépassement. Comme le souligne Flora Bajard, la technique et le savoir-faire sont inégalement invoqués pour élaborer les jugements de la valeur, puisque « le jugement relève en fait de critères beaucoup plus flous que celui de la seule "justesse" mesurable et objectivable, et l'appréciation d'une pièce résulte avant tout d'une "perception d'ensemble[175]" ».

[175] F. Bajard, Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être, op. cit., p. 153.

Conclusion : Structures d'une identité artistique

Tout au long de ce chapitre, nous avons tenté de déterminer où se situent les deux principaux régimes traversant la céramique d'art : le patrimoine et l'art par rapport aux aspirations du milieu professionnel. Tout d'abord, il a été question de comprendre comment la céramique en tant qu'objet d'observation des cultures des hommes et des femmes est devenue un champ d'étude en sciences sociales permettant d'observer les changements paradigmatiques des composantes des mondes de l'art. Ensuite, il s'est agi de saisir les voies par lesquelles la céramique d'art, née sur le socle du monde potier, s'est emportée dans un projet d'artification et s'est structurée par le biais des nombreuses tensions. Celles-ci partent des crises que le secteur de la production potière traditionnelle et populaire, a traversées depuis le début du siècle, l'obligeant à s'adapter aux évolutions sociales. Sur la base des transformations industrielles, des modes de consommation, etc., des individus ont investi le milieu de la terre pour en faire leur métier, nourri d'une ambition de travail artistique et qui peu à peu va se confiner en un choix de vie. La construction d'un système de normes et valeurs autour du travail artistique, porté sur la question manuelle, et la valorisation des dimensions traditionnelle, technique et patrimoniale, devient le levier d'un double projet chargé de paradoxes. En articulant le projet artistique au désir de conservation de la part artisanale (savoir-faire, techniques traditionnelles, secrets de la pratique), les céramistes d'art défendent un modèle où l'artisanat d'art à l'art bascule l'un sur l'autre grâce au projet de revalorisation de la tradition, la fonction des objets, la matière et la technique. L'évolution la céramique d'art depuis son apparition dans les années 40, puis refondation dans les années 70, montre qu'elle peine encore de nos jours à se construire en tant que monde artistique à part entière, et à se détacher des clivages et hiérarchies historiquement institués que les céramistes contestent à travers les discours, les pratiques, les objets et des actions revendicatives. Ce chapitre montre le stigmate de la marginalité au sein du monde de la céramique, lequel semble contribuer au paradoxe d'une identité professionnelle instable et fluctuante entre art et métier, mais surtout en métier d'art.

« La céramique est un art total qui malaxe tout : la terre, l'eau, le corps, la tradition, la vie quotidienne, le feu, les débris de bassines et les dieux »

Camille Virot, céramiste

Chapitre II : L'art de la céramique contemporaine : ponts et frontières

La double inscription aux régimes *artistique* et *artisanal* que caractérise la céramique suppose un monde marqué du sceau de la « tradition », de la « virtuosité » technique (l'ouvrage, la maîtrise technique, le geste manuel, les savoir-faire, etc.) en même temps que de celui de l'« innovation », « l'inspiration » et du « génie » artistique. Ces changements symboliques et matériels, observés sous l'angle du processus d'*artification,* et de l'affirmation de sa valeur patrimoniale, opèrent de manière distincte selon les espaces et les groupes sociaux.

Dans ce chapitre, nous poursuivons l'observation de ces processus à travers les glissements sémantiques visibles au sein d'une scène céramique située entre la céramique d'art et l'art contemporain. La céramique que nous explorons ici se situe aux frontières du groupe-noyau décrit dans le premier chapitre : les céramistes d'art. Il s'agit d'artistes céramistes reconnus comme Claude Champy, Jean Girel, Bernard Dejonghe, Camille Virot, Philippe Godderidge, etc., à la base d'une proposition céramique contemporaine à la fois rattachée aux normes et valeurs professionnelles du groupe et à la fois proche de celles de l'univers de l'art contemporain. Il s'agit de saisir le croisement des éthos et éthiques des céramistes d'art avec des discours et pratiques issues du monde de l'art contemporain. Quels sont les signes de l'héritage patrimonial du métier à partir duquel se revendique l'autonomie artistique ? Quelles sont les rhétoriques où se discerne ce regard réflexif, à la fois attaché et distancié du milieu ? Ce chapitre tente d'appréhender les parcours et les trajectoires idéologiques sur lesquels repose le projet artificateur chez ces créateurs, et les façons dont l'adhésion aux normes professionnelles et les valeurs éthiques peuvent prendre pour ensuite être contournées.

1. Le métier comme champ de bataille

L'étude des réalités professionnelles implique l'analyse multifactorielle des changements dans la trajectoire et la carrière des individus créateurs. De la sociologie à l'économie, le travail artistique a soulevé de nombreuses questions. Il a été démontré par exemple, que la durabilité de la réputation est relativement stable, mais que les mécanismes empiriques varient d'un monde social à l'autre et d'un marché à l'autre. Sébastien Dubois considère que ces mécanismes obéissent aux principes de « "l'étiquette" et les informations qu'elle résume, son étendue sociale et son inscription dans le temps[176] ». Nathalie Heinich s'est longuement penchée sur les conditions de la construction de la figure de l'artiste selon les propriétés sociales des différentes époques afin de contribuer à sa démystification[177]. Quand elle réalise l'étude de la visibilité artistique, elle introduit les liens avec la culture médiatique et met en évidence la modification des rôles de l'artiste. Pour cela, certains acteurs sont placés dans une intermédiation entre l'artiste entrepreneur et l'artiste en régime vocationnel. Le « régime vocationnel », en matière de définition de l'activité, s'oppose tant au « régime artisanal » — celui des métiers — qu'au « régime professionnel[178] » (les professions libérales). La vocation est « ce qui permet à l'artiste de rendre ce don qu'il a reçu en donnant sa vie à l'art ». L'éloge du travail étant plus du côté du régime artisanal, et l'idéologie du don (et du don de soi) plus du côté de l'artiste, le clivage entre ces deux régimes a participé de cette incompatibilité pragmatique. Heinich avance qu'« avec la vie d'artiste telle qu'elle s'invente à l'époque romantique, l'excellence aristocratique, incarnée dans le don et l'inspiration que porte la vocation, se noue à la singularité pour composer une élite à la fois démocratiquement acceptable et chargée d'un idéal que ne peut incarner la vie bourgeoise[179] ». En ce sens, le don s'oppose au mérite, à la valeur du travail, à l'effort et à « l'acquisition patiente des compétences ». La confrontation au

[176] Sébastien Dubois, « La réputation : un outil pour gérer des carrières », Annales des Mines - Gérer et comprendre, 1 mars 2010, N° 99, n° 1, p. 64‑73.

[177] Nathalie Heinich, Du peintre à l'artiste: artisans et académiciens à l'âge classique, Paris, France, les Ed. de Minuit, impr. 1993, 1993, 302 p.

[178] Ibid.

[179] Nathalie Heinich, L'élite artiste: excellence et singularité en régime démocratique, Paris, France, Gallimard, 2005, 370 p ; in Nathalie Heinich, « Avoir un don. Du don en régime de singularité », Revue du MAUSS, 2013, vol. 41, n° 1, p. 235.

public qui reconnaît en lui ce don est ce qui permet « de rendre cette grâce qui lui a été faite […] en faisant don de sa présence[180] ». En s'intéressant aux « carrières » d'artistes (à un moment où les valeurs artistiques n'admettaient pas de correspondance avec l'idée d'une carrière artistique), elle renvoie aux trajectoires biographiques et aux formes de consécration « désingularisantes ». La réussite des artistes modernes par exemple, implique non seulement la valeur monétaire et symbolique des œuvres, mais s'établit par la création d'un modèle où l'artiste joue un rôle aussi important que l'œuvre. Les cas de Marcel Duchamp, Salvador Dali et Pablo Picasso montrent comment l'anormalité était devenue une des normes de la réussite en modifiant les conditions et la notion même de carrière en art, de par leur singularité et leur inimitabilité. De l'ouvrier au potier et artisan, la figure du céramiste a considérablement glissé vers celle d'artiste, s'inscrit désormais dans un régime vocationnel et de singularité, mais toujours dans une ambivalence marquée. Le passage progressif de la figure du céramiste d'art vers celle d'artiste céramiste, s'accompagne cependant de la bonne connaissance des normes professionnelles et des techniques du métier, de la valorisation du travail physique, manuel et intellectuel, en même temps qu'elle accepte une tendance à la pluridisciplinarité. Le métier devient ainsi un champ de bataille pour le projet de construction des valeurs artistiques et patrimoniales. Et c'est alors que les artistes céramistes valorisent leur appartenance à la communauté professionnelle tout en affirmant leur autonomie. Il s'opère ainsi une négociation entre deux forces : appartenir et garder une autonomie artistique. Le travail artistique de Jean Girel ou de Claude Champy porte les traces de cette double lutte où la maîtrise technique s'articule à l'idée d'innovation créative de la conception traditionnelle de la céramique. À l'attachement de la connaissance des savoir-faire et de la culture d'un métier traditionnellement manuel et technique s'ajoute la valeur de la transgression de ses propres codes. Cependant, la transgression de ces codes ne semble être possible que sur la base d'une connaissance approfondie. Il s'opère une subtile négociation entre virtuosité technique et innovation artistique. C'est en cela qu'ils sont les représentants d'une céramique contemporaine reconnue par sa qualité artistique et à fort caractère technique. Et qu'ils sont aussi considérés comme les représentants les plus légitimes dans l'exercice de la transmission du métier. En témoigne par exemple Jean Girel, céramiste et auteur de la « Brève histoire de la céramique », un ouvrage articulant son travail de recherche et de

[180] N. Heinich, « Avoir un don. Du don en régime de singularité », art cit.

documentation à son expérience professionnelle :

> « En dehors du travail archéologique et historique, ce qui m'a permis de passer d'une période à l'autre et d'un continent à l'autre, c'est que je connais très bien toutes les techniques dont je parle. Je suis sûr de ne pas dire de bêtise sur la question[181] ! »

L'œuvre de ces artistes se situe à l'intersection de la défense de l'aspect patrimonial de la céramique, la mobilisation d'éléments de l'art contemporain, mais ne l'intègre pas complètement. Ils sont peut-être les figures emblématiques de ce basculement de codes issu du croisement des langages artistiques.

[181] Source : Article paru sur le journal de Saône et Loire, à l'occasion de la parution de son livre « une brève histoire de la céramique. Url: http://www.lejsl.com/edition-macon/2014/06/27/le-grand-ceramiste-jean-girel-dedicace-son-dernier-livre : Mise en ligne le 27/06/2014. Consulté le 15 décembre 2014

Image. Claude Champy, *Falaise,* grès*,* 2019 (cl. Cécile Champy, 2015)

Image. Jean Girel, *Paysage Bourgogne,* porcelaine, 2014. www.jeangirel.fr (cl. Jean Girel, 2014)

1.1 Croiser et renouveler les conventions

Les transitions et transformations sémantiques des espaces professionnels artistiques s'accompagnent d'une redéfinition des statuts des pratiques et des objets. Les mutations de la conception de la céramique ont généré de nouvelles conventions sémantiques à l'instar de l'art contemporain. Tout comme l'expression « beaux-arts » avait été supplantée par celle d'« arts plastiques » afin que l'État français soutienne les pratiques artistiques au-delà de la peinture et la sculpture, le milieu de la céramique encourage le glissement au sein des conventions terminologiques. Le passage du régime de « production » vers celui de « création » avait déjà engagé un certain nombre de changements allant du champ lexical (« objet », « pièce », « œuvre », etc.) au statut professionnel (céramiste, artiste, potier). Parmi les opérateurs de l'artification de la céramique, on retrouve la volonté de démocratiser l'usage du terme *œuvre* (notion mise à mal par la nature de nombreuses propositions artistiques contemporaines selon Nathalie Heinich) au lieu de *pièce.* En art, le mot pièce est employé principalement dans des domaines tels que le théâtre, la musique classique. Parmi la vingtaine de définitions du mot « pièce » données par le dictionnaire Larousse, on peut lire : « Chacun des éléments d'un ensemble, d'un tout, d'une série : c'est une des plus belles pièces de notre musée[182] ». Ainsi, parler de pièce fait référence à la fois au fragment qu'à l'unité, à l'élément qu'à l'ensemble. La définition donnée au registre des Beaux-arts se réfère à une « œuvre, et spécialement objet d'art ou d'artisanat, sculpture, assemblage ou installation ». Cependant, parler de « pièce » participe de la situation de marginalité de la céramique par rapport à d'autres disciplines plastiques. Au long de la recherche, il est fortement ressorti que la médiation écrite mobilisait avant tout la notion d'*artiste* au même titre que celle de *céramiste*, alors que dans les situations de communication orale (entretiens, discussion, rencontres informelles) le terme de *céramiste* était considérablement prédominant. La même situation est valable pour le terme pièce. L'art contemporain a également fait apparaître de nouvelles conventions juridiques comme la protection du droit d'auteur de du concept contenu dans l'« œuvre ». Il a reconfiguré le marché « en créant de nouvelles segmentations, de nouvelles frontières, de nouveaux réseaux de circulation des objets et des personnes[183] », et a établi de nouvelles

---

[182] Définitions : pièce - Dictionnaire de français Larousse, http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/pi%C3%A8ce/60773, (consulté le 28 octobre 2015).

[183] N. Heinich, *Le paradigme de l'art contemporain*, *op. cit.*, p. 40.

conventions économiques qui viendraient s'appuyer sur des conventions évaluatives et cognitives, elles-mêmes guidées par « des représentations partagées de ce que doit être la qualité artistique[184] ». Malgré le flou des conventions résultantes de la rencontre de segments et la forte porosité des frontières, ces partages participent à transformer les milieux et à déterminer les nouvelles règles du jeu : « Le fait que ces représentations conventionnelles, partagées tant par les producteurs d'œuvres que par les instances de reconnaissance, demeurent dans l'implicite, ne les empêche pas, — bien au contraire — de s'exercer avec puissance[185] ». À cet égard, considérer l'art contemporain comme étant une catégorie esthétique et non pas chronologique implique, selon Nathalie Heinich « de reconnaître que les pouvoirs publics soutiennent non pas le meilleur de la création actuelle, mais le meilleur à condition qu'il obéisse à une certaine grammaire artistique[186] ». La reconnaissance de cette nouvelle grammaire artistique implique néanmoins que les hiérarchies perdent de leur force de par la difficulté d'apposer des étiquettes aux objets, aux acteurs et aux espaces où ils se produisent et où ils se reçoivent.

2. Construire une rhétorique spécifique pour la céramique

Peut-on parler d'une rhétorique spécifique de la céramique contemporaine ? Oui, à condition de comprendre l'enjeu de la rhétorique dans son caractère persuasif. Les trois grands genres de la rhétorique, selon Georges Moulinier sont le judiciaire, le délibératif et le démonstratif et se trouvent imbriqués dans un même discours (la rhétorique d'Aristote, le père fondateur, est considérée comme l'emblème de l'argumentation logique). Nous entendons la rhétorique dans sa tendance l'axiologique portée sur l'énoncé des jugements de valeur sur la qualité d'une œuvre, d'une pratique, d'un discours, etc., et trouve une déviation dans le jugement de goût : le beau, le bien, l'esthétique. Elle comporte aussi une rhétorique prescriptive, de l'ordre du déclassement, du rejet… et tend à hiérarchiser les éléments constitutifs. Selon George Moulinié, les trois principales approches de la rhétorique se constituent comme une

[184] Bénédicte Martin cité dans *Ibid.*

[185] Ibid.

[186] Ibid., p. 39.

praxis, une action ou un comportement. Si le but de la rhétorique consiste à persuader, le caractère social de la persuasion renvoie aux relations, aux positions dans un cadre politique ou institutionnel que fonde le jeu de la société et dont le moyen est le langage avec la totalité de ses composantes : « Les phrases que l'on prononce avec les mots et les expressions que l'on a choisis, la voix, le regard et les gestes que l'on y met, les informations que l'on donne ou que l'on demande ou que l'on conteste, les raisonnements que l'on fait, la visée et les modalités qui nous animent. C'est donc un ensemble logico-discursif, ou stratégico-langagier, qui mêle le verbal, le psychique et le logique, le moral ou le sentimental et le social[187] ».

Par conséquent, si l'on admet que la céramique existe en tant que monde de l'art avec une identité culturelle forte, et que celui-ci se trouve ancré au cœur d'un débat sur les tenants de sa marginalité, des clivages hiérarchiques et des échelles de légitimité de l'art, cela suppose qu'il existe un sentiment d'incompréhension, et derrière, un combat. Depuis la composition graduelle de la céramique en art, les acteurs sociaux, créateurs et quelques institutionnels se sont souciés de préserver, de promouvoir le patrimoine afin de d'artifier la pratique. Ils l'ont envisagée à travers la mise en valeur de cette culture. Leur stratégie de communication à l'œuvre fait alors usage de diverses rhétoriques. Ces prises de position impliquent la participation des groupes concernés soucieuse de l'authenticité, de la nécessité de conservation de la culture céramique, de l'esthétique et de la technique de l'objet, à travers la valorisation du matériel et de l'immatériel : des savoir-faire, des traditions, des innovations, des transformations de la pratique et des expériences sensibles liées au métier. Ces rhétoriques s'expriment à travers la parole individuelle, mais peuvent être aussi envisagées en tant que parole collective. Elles cristallisent en parallèle, les enjeux de la pratique, ses ouvertures vers le monde de l'art contemporain et les clivages qui perdurent.

2.1 « Être céramiste ou être artiste ? Une question rhétorique

« Céramistes : être ou ne pas être ? », tel est le titre donné à un article écrit par Robert Deblander pour la revue L'atelier des métiers d'art[188] dans lequel il livre une réflexion

[187] Georges Molinié, *Dictionnaire de rhétorique*, Paris, Librairie générale française, 1997, p. 6.

[188] « L'atelier des métiers d'art » devient en 1995 « Ateliers d'art », et c'est un magazine édité par Ateliers d'Arts de France. Ce magazine a pour vocation de défendre les intérêts des artisans d'art, de

sur le métier de céramiste. La question sous-jacente est la suivante : peut-on rester céramiste en utilisant des éléments hétérogènes, tel que revêtir l'argile cuite de matériaux divers non cuits ? Sa réponse est subtile, mais claire : « Ou bien on joue de la richesse du matériau et de ses techniques, et on est « céramiste » […] ou on est artiste… à l'état indéfini. Peu importe dans ce cas de revêtir la terre cuite modelée ou brute, voire en poudre, de colorants, de peintures diverses, de fourrure ou de papier peint […] pour des raisons d'expression personnelle. C'est un droit absolu, ce n'est pas une erreur, mais alors on cesse d'être « céramiste[189] ». Cette affirmation, qui au départ ne se veut pas corporatiste, fonde la condition de céramiste sur des critères liés au traitement de la matière. La réflexion proposée par ce céramiste désigne la connaissance formelle et approfondie de la technique comme la grande spécificité du céramiste, soulevant aussi le processus de construction identitaire du groupe et des valeurs que ses acteurs lui rattachent. Vingt ans plus tard, la question se pose de manière similaire, mais les réponses expriment des ouvertures sémantiques et matérielles. En effet, des artistes céramistes tels que Bernard Dejonghe, céramiste et verrier, ou Camille Virot, dont l'ouvre intègre parfois de matériaux de différente nature (métal, béton, etc.), constituent des membres complètement intégrés au sein de la communauté professionnelle et sont admirés par les amateurs de céramique. Ils intègrent en parallèle d'autres scènes artistiques (ainsi que d'autres marchés) apportant différentes conceptualisations et rhétoriques à la céramique.

L'exposition « 8 artistes et la terre » présentée au Musée Arianna en 2013 incarne une situation de communication et de médiation mettant en lumière le renouvellement des conventions et les tensions qui en résultent. À travers les discours se mobilisent les valeurs nouvelles d'une céramique au cœur des processus d'artification et de patrimonialisation. Huit artistes céramistes sont réunis pour cette exposition en raison de leurs liens professionnels et leur amitié : Claude Champy, Bernard Dejonghe, Philippe Godderidge, Jacqueline Lerat, Michel Muraour, Setsuko Nagasawa, Camille Virot et Daniel Pontoreau. Issus de trajectoires différentes, ces artistes céramistes ont été invités à présenter et à écrire sur leur travail et les relations qu'ils entretiennent avec la céramique.

---

chercher une stabilisation des statuts des métiers d'art. Elle met l'accent sur les savoir-faire et le propos est porté sur les questions patrimoniales du secteur.

[189] Robert Deblander, « Céramistes ? être ou ne pas être ? », *L'atelier des métiers d'art*, novembre 1982, n° 73, p. 22‑23.

2.2 Le dialogue entre les matières : une rhétorique de l'ouverture

S'il n'est pas rare que certains de ses membres travaillent d'autres matériaux que la céramique, ce dialogue n'exclut pas leur adhésion formelle à la culture céramique. D'autant plus que l'expérimentation reste fortement marquée par l'usage de matériaux durables généralement employés dans d'autres métiers d'art, comme le verre, le bois, le métal, etc. Bernard Dejonghe relate son expérience avec le verre et le caractère novateur qu'il y retrouve : « En opposition aux procédés et outils simples, voire archaïques, que j'emploie pour les céramiques, le verre massif m'oblige à utiliser des techniques et outils plus sophistiqués et liés au monde contemporain. C'est une danse entre deux mondes[190] ». Malgré l'intérêt grandissant pour l'expérimentation avec d'autres matières et de nouvelles techniques, il se considère comme néophyte dans ces domaines qu'il explore : « Ne connaissant pas ces techniques, je les aborde un peu naïvement avec beaucoup d'échecs au début, et je mets au point mes propres procédés, par tâtonnements empiriques, utilisant ce que la céramique m'a appris : manière de faire des moules réfractaires, courbes de fusion et refroidissement, travail à froid, etc.[191] ». La céramique étant le départ de son activité d'artiste, il ne s'agit pas d'apprendre une nouvelle discipline, mais de mettre à l'œuvre les savoir-faire et techniques développées autour de la terre. Il aborde ainsi ces autres matériaux et techniques, à partir de sa condition de céramiste. Ce passage de la céramique au verre est perçu dans une dimension de liberté : « Je crois qu'un peintre peut avoir la liberté de changer de papier sans qu'on lui pose cette question. Le langage continue et il s'agit de langage[192] ». Ainsi, l'expérimentation avec autres matières n'est pas vécue comme un changement de métier, mais comme l'expression d'une liberté dans la création.

---

[190] Germain Viatte, *8 artistes & la terre [Claude Champy, Bernard Dejonghe, Philippe Godderidge, Jacqueline Lerat, Michel Muraour, Setsuko Nagasawa, Daniel Pontoreau et Camille Virot]*, Banon, Argile, 2009.

[191] *Ibid.*

[192] *Ibid.*

Image. Bernard Dejonghe et des œuvres en verre massif

Dans la préface du catalogue de l'exposition, Germain Viatte — conservateur de musée et historien d'art —, souligne que « ces huit artistes singuliers ont tous le sens de l'ouverture au monde, d'un monde choisi, originel qu'ils reconnaissent proche dans la richesse de sa diversité, mais qui va au-delà de toute hiérarchie[193] ». L'ouverture sert à l'« ennoblissement » de la pratique : plaçant la céramique dans un champ artistique plus extensif. Les codes spécifiques du « monde originel » (la céramique) sont bel et bien présents dans leur travail, « l'ouverture au monde » les place cependant dans une *continuité partielle* entre le patrimoine culturel céramique et art contemporain. La complexité du modèle technique de la céramique parallèlement à l'innovation esthétique, déconstruit en effet, la perception d'une tradition céramique renfermée en elle même. Si le patrimoine céramique est pensé selon une détermination de la technique, le statut de celle-ci constitue la référence pour assurer la continuité d'une « pratique patrimoniale » ouverte sur l'innovation artistique. L'idée d'une continuité partielle de la « tradition céramique » au sein de la céramique contemporaine renvoie à ce que Jean Davallon nomme la « volonté de transmission[194] » pour qui, la situation du patrimoine peut distinguer trois sortes de continuité : une première continuité avec une certaine « persévérance dans les traditions et les pratiques » ; une deuxième correspondant aux choix de l'innovation et les représentations changeantes, comme une certaine modernisation de la tradition ; et une troisième que concerne le travail de remise au jour d'une « tradition » oubliée, perdue, non visible, etc., et où les pratiques,

[193] *Ibid.*, p. 24.

[194] J. Davallon, Le don du patrimoine, op. cit., p. 143.

objets, matériels et immatériels sont « utilisés pour reconstruire une continuité entre leur environnement d'origine et nous[195] ».

La représentation de l'objet céramique incarne comme tout objet patrimonial les marques d'une culture matérielle et immatérielle. Ces artistes céramistes rapportent une logique de continuité partielle particulièrement visible dans le discours sur l'apprentissage de la tradition et de la culture céramique, mais dont il devient nécessaire de s'en affranchir, une fois acquis : « Le métier et sa discipline, l'apprentissage de ses gestes et des recettes, si évidemment obligés, et longs à mettre en œuvre, peuvent se muer aussi en contraintes stériles et bientôt en un enfermement dogmatique[196] ». Alors que la relation entre les artistes avec les matières demeure centrale, l'unification du groupe et la distanciation de leur milieu « originel » (la céramique) font leur apparition. Ce groupe existe à travers le sentiment que la céramique constitue un milieu unifié ainsi qu'une culture partagée. Il agit dans le sens d'une prise de conscience du groupe, par l'unité générationnelle permettant à la fois l'affirmation de l'appartenance, ainsi que la revendication de la liberté, même en dehors de l'âge. Caroline Frau écrit à propos du métier de buralistes et les processus de catégorisation professionnelle selon les âges et moment d'entrée dans le métier que « le travail d'unification du groupe est agissant dans la mesure où il donne forme aux expériences vécues par les acteurs, y compris certains membres de classes d'âge antérieurs ou postérieurs sensibles aux changements […] et que la génération professionnelle, entendue comme cohorte d'entrée dans le métier, si elle correspond à une situation de travail précise, n'en demeure pas moins une construction sociale d'acteurs mobilisés qui ont un intérêt particulier à accentuer le clivage entre les cohortes[197] ». Le travail d'unification du groupe opère ainsi comme une communion avant tout par les conditions d'entrée dans le métier (l'apprentissage de techniques) et par l'expérience au sein de la pratique, même si ces conditions peuvent résulter tout aussi excluantes. Les « artistes céramistes » jouissent d'un statut intermédiaire et ambivalent qui les place entre deux mondes – céramique d'art et art —, sans en être exclus ni entièrement intégrés (auto-intégrés). L'acceptation de cette ambivalence assumée implique la reconnaissance par les pairs et les autres cercles de

[195] *Ibid.*

[196] G. Viatte, *8 artistes & la terre [Claude Champy, Bernard Dejonghe, Philippe Godderidge, Jacqueline Lerat, Michel Muraour, Setsuko Nagasawa, Daniel Pontoreau et Camille Virot]*, *op. cit.*, p. 24.

[197] Caroline Frau, "« Tout change à partir de ce soir » ? : Le changement générationnel dans l'activité tactique du groupe professionnel des buralistes," Politix 96, no. 4 (2011): 39, doi:10.3917/pox.096.0039.

reconnaissances que sont les experts, l'institution, le marché et le public. En revanche, la distanciation de ces mêmes déterminations semble s'imposer comme une condition pour leur reconnaissance par les mondes de l'art.

2.3 De la maîtrise à l'accident : une rhétorique de la liberté technique

Claude Champy[198], est un céramiste français reconnu n'utilisant dans son travail artistique que la matière céramique. Du point de vue sémantique, cet artiste s'accorde avec les autres sur un discours prônant la distance avec la culture céramique, alors même que le rapport à la matière et l'apprentissage des principes techniques du métier demeurent les valeurs fondamentales. Loin de la contradiction, cette distance est perçue par lui comme une valeur complémentaire lorsqu'il soulève la relation ambivalente entre le métier et le processus créatif. Il le fait entre autres, à travers la notion d'imprévu. Il assume une part d'incertain dans son œuvre, non pas comme une faiblesse, mais comme une force :

> « L'idée de me servir de l'argile et du feu, pour moi, c'est accepter par avance qu'une partie du résultat final puisse m'échapper (en négatif ou en positif). Je me sens plus au service, à l'écoute de la terre et du feu que le contraire. Je pense qu'il en est en bonne partie de même pour les peintres que j'admire[199] »

En attribuant à la pratique une certaine « autonomie », il se produit un renversement de rôles : l'artiste est au service de l'art qu'il est en train de faire et non l'inverse. Ce discours, assez récurrent notamment chez des artistes modernes comme Jackson Pollock qui considérait que ses tableaux traduisaient l'énergie, les mouvements et les forces qui habitent l'homme et son environnement ; s'additionne à cette croyance un nouvel élément qui est la difficulté technique comme catalyseur de la création et de l'inventivité :

---

[198] Claude Champy, céramiste français, dont le travail est présenté dans diverses galeries d'art parisiennes et internationales. Certaines de ses œuvres font partie de collections publiques telles que celles des Arts décoratifs de Paris, ainsi que de collections privées. En 2010, le musée de la céramique, Sèvres lui consacrait une exposition rétrospective « Claude Champy : Terre complice[198] »

[199] Viatte, 8 artistes & la terre [Claude Champy, Bernard Dejonghe, Philippe Godderidge, Jacqueline Lerat, Michel Muraour, Setsuko Nagasawa, Daniel Pontoreau et Camille Virot], 32.

> « Certaines terres difficiles à travailler, certains fours qui ne fonctionnent pas trop bien ont inventé des céramistes, des *non savoir bien faire* ont certainement plus fait pour ouvrir de nouveaux horizons de réflexions et de créations[200] »

Le *non-savoir-faire* opère comme une prédisposition de la matière et dote l'artiste d'une qualité assimilée à l'ignorance, se traduisant par de la modestie artistique (l'artiste considéré comme le produit de sa création et non l'inverse). Les principes fondamentaux de la pratique sont ainsi dotés d'un pouvoir symbolique auquel l'artiste voue du respect :

> « J'aime tellement l'odeur de la terre lorsque je rentre dans l'atelier, la vision par les fenêtres des stères de bois rangés dans la cour, attendant patiemment depuis plusieurs années que les choses s'enchaînent naturellement, plus ou moins toutes seules[201] »

Ce discours d'indépendance accordée à la matière la dote d'un mérite de transformation. Ce qui était auparavant considéré comme une erreur dans la production constitue désormais l'expression de la création (et un des opérateurs de l'artification). La présence de l'accident vient valoriser l'imprévisible et la surprise, comme une rétribution de la matière au travail ardu inhérent au métier :

> « Les fentes, craquelures, retraits, surcuissons… tout peut ou devrait engendrer une expression, ce qui au départ n'était qu'un processus s'est transformé en signe pictural. La terre, le feu, j'essaie de leur faire sentir que je les aime, que je les respecte, les admire[202] »

De manière implicite l'artiste se doit d'être porteur du savoir-faire, être virtuose tout en

---

[200] G. Viatte, *8 artistes & la terre [Claude Champy, Bernard Dejonghe, Philippe Godderidge, Jacqueline Lerat, Michel Muraour, Setsuko Nagasawa, Daniel Pontoreau et Camille Virot]*, *op. cit.*, p. 32.

[201] *Ibid.*

[202] *Ibid.*

témoignant du respect à la force et l'autonomie de la matière. Ce discours marqué par le détachement du monde originel s'assimile à une démarche plutôt du côté de l'art contemporain que de l'artisanat.

> « Chaque acte de fabrication : dessins, moulages, estampages, séchage des pièces sans qu'elles ne se fendent ni se déforment, compositions des émaux, pose des émaux, positionnement dans les fours, conduite des cuissons, transport, tracés et prises de niveaux sur la montagne, scellements, prises d'images… etc… doit être précisément et parfaitement maîtrisé. J'accepte et je recherche certains imprévus ; déformations, traces dans les fabrications, coups de flammes, dépôts de cendres… la maîtrise doit garder une liberté, et de ces imprévus naissent de nouvelles pistes[203] »

Dans cet extrait, la maîtrise des techniques est présentée comme la base de la liberté artistique. Et l'imprévu un élément attendu. Une telle dialectique fait écho à la réflexion technique et « technologique » dans la multiplicité de transformations à travers l'hétérogénéité de combinaisons, la prolifération des astuces, le montage délicat des savoir-faire fragiles comme le considérait Bruno Latour. Pour lui, ce sont ces « technologies » que font émerger la technique. André Leroi-Gourhan de son côté, désignait l'*Homo faber* mettant en œuvre ses outils pour une « action efficace sur la matière[204] » ou encore François Sigaut, qui considérait que l'action technique était issue d'une manipulation outillée : « L'intelligence est née par et pour la manipulation des choses matérielles[205] » disait-il. L'invention de l'accident, résultante de la maîtrise la plus irréprochable, est donc le signe de l'acte technique que Latour et Simondon apposent à côté de la magie, de la religion, de la science, de la philosophie. Cette magie opère dans la durabilité de l'objet technique issu de la métamorphose :

> « N'est-ce pas aussi le mode d'altération des métamorphoses, cette stupéfiante habilité à changer de forme ? […] Ce n'est pas par hasard si l'on parle, à propos de la technique, de ruse, d'habileté, de détour de métis. On sent bien des harmonies entre la subtilité

[203] *Ibid.*, p. 33.

[204] André Leroi-Gourhan, *Evolution et techniques*, Paris, France, Ed. Albin Michel, 1945, 367 p.

[205] François Sigaut, *Comment « Homo » devint « faber »: comment l'outil fit l'homme*, Paris, France, CNRS éditions, impr. 2012, 2012, p. 21.

> nécessaire pour déjouer les pièges des démons et celle qu'il faut mettre en œuvre pour trouver "le truc[206]" »

Gilbert Simondon place lui aussi la technique dans un mouvement autonome (notamment par rapport à la science) et considère que l'invention assure l'autonomie de l'objet technique : « Les réalisations techniques apparaissent par invention[207] ». Il distingue l'invention de la créativité et de la découverte pour faire face à la question de ce qui est nouveau. Ainsi, derrière les notions d'« objets matériels » et d'« objets techniques » se trouvent des sens évolutifs selon l'objet, la pratique, l'usage ou le geste, mais aussi, la construction de leur statut, leur place dans l'échange, la consommation, la mémoire et leur construction symbolique. L'objet n'est pas seule présence matérielle, mais le lien et l'attachement dans une logique multidimensionnelle allant du comportement de la matière à l'inexplicable. C'est ainsi que l'explique Marco, céramiste et porteur de projets culturels[208] :

> « Je vois dans la céramique la possibilité, en tant que proposition artistique, de créer quelque chose en se servant de la part de science que contient l'art. […] La céramique a un catalyseur, qui est le plus grandiose qui a donné la nature : le feu. Dans la mesure où tu travailles avec la matière et son comportement, plus que l'esthétique de la céramique, ce qui me fascine c'est son comportement. Pas seulement la question technique, qui est contrôlable et compréhensible, mais parce que je considère la matière comme quelque chose d'inépuisable pour l'entendement humain. […] Ce qui me fascine dans la céramique, c'est un sentiment très romantique, comme celui de l'alchimiste, c'est la connaissance de ce qu'il y a au-delà […] L'autre jour j'ai réussi une cuisson avec des effets sur les émaux vraiment fous. J'ai essayé d'en faire une deuxième avec les mêmes conditions et il n'y a pas eu moyen. On peut insister, ça requiert du temps, mais… si on parvient à maîtriser parfaitement une technique, on domine qu'un artifice qui nous permet de reproduire ce que la nature sait faire toute seule. […] Il vaut mieux arrêter de réfléchir à tout ça parce que vais finir par croire en Dieu »

Dans cet extrait, la fascination pour la technique et son dépassement semble proche de la croyance, en ce qu'elle dépasse l'entendement de celui qui la travaille. Elle renvoie

---

[206] Bruno Latour, « Prendre le pli des techniques », Réseaux, 21 septembre 2010, n° 163, n° 5, p. 24.

[207] Gilbert Simondon, *L'invention dans les techniques: cours et conférences*, éd. par Jean-Yves Chateau (Paris, France: Éd. du Seuil, DL 2005, 2005).

[208] Traduction personnelle de l'espagnol

avant tout à l'invention et les possibilités évolutives de la créativité. Bruno Latour situe l'innovation de la technique comme un cheminement logique pouvant être modifié. Les innovations techniques procèdent, selon lui, par altération de la matière, de l'astuce, de l'originalité et du génie technique, d'une dynamique dépassant la simple « application de la science » ou « la domination de la nature ». Il voit dans la métamorphose des choses, un mode d'existence des objets techniques ayant l'aptitude de procurer un état durable aux choses et de nouvelles consistances : « Pas une archéologue digne de ce nom qui ne s'émeuve devant les poteries qu'elle déterre et qui, même fracassées, dureront autant que notre Terre[209] ». L'admiration face à l'innovation technique des époques anciennes trouve écho dans l'aptitude des artistes céramistes à poursuivre le chemin de l'innovation technique et esthétique. Par exemple, l'adaptation et l'invention d'outils et instruments pour la création singularisent l'activité des artistes céramistes. L'ingéniosité du groupe s'exprime à travers une dose de *bricologie*[210]. Fabriquer ses propres instruments et équipements (fours, tours, outils, etc.) cristallise d'un coté, la maîtrise des codes du métier et valorise la capacité d'innovation technique et esthétique de l'autre. Cela implique un assemblage hétérogène de matières, déviations et dispositifs de l'astuce technique, dans le sens d'un *pliage des techniques*[211], tel que le désignait Latour. Lors d'une visite d'atelier, une céramiste attribuait une valeur affective à certains outils et instruments de travail. Gislaine, une céramiste établie dans les Hautes Alpes nous confiait : « Voici le tour que mon mari m'a fabriqué pour me séduire[212] ». Ou Marco, un autre céramiste nous disait avec un ton amusé : « En fait un céramiste doit se la jouer un peu McGiver pour survivre[213] ». Ainsi, de l'« ingénieur improvisé » au « céramiste bricoleur », le métier oblige une certaine prouesse technique associée à une forte inventivité et d'esprit de la débrouille. Le choix des équipements et outillages répond à une composition flottante entre virtuosité comme préalable du symbole de la liberté. En ce sens, Bernard Dejonghe confie : « Je n'ai jamais utilisé de

[209] Ibid., p. 25.

[210] Le néologisme Bricologie est défini sur le site de la Villa Arson comme une étude de la culture technique dans les arts : « L'étude des manières de faire exister une œuvre d'art, qu'elles relèvent du bricolage manuel, du savoir-faire artisanal, de la production industrielle, de la délégation, ou de l'élaboration d'une chaîne opératoire qui mélange ces différentes possibilités ». URL : http://www.villa-arson.org/2014/02/bricologie/. Consulté le 20 juillet 2015.

[211] B. Latour, « Prendre le pli des techniques », art cit.

[212] Propos issus de l'Enquête de terrain 2014

[213] Propos issus de l'Enquête de terrain 2014

fours à gaz ou électriques pour les céramiques ; aussi ennuyeux et plats pour moi qu'un ciel sans vent ou sans nuage […] Faire fonctionner un four à bois demande un savoir, cela ne s'improvise pas[214] ». Savoir faire fonctionner un four à bois s'entend comme le choix de la difficulté assumée, voire d'un défi opposé à l'« ennui » et au choix facile. La cuisson d'un four à bois étant plus longue, nécessite en plus d'être alimentée continuellement par une personne, tandis que le four électrique ou à gaz peut être programmé et fonctionne dans une relative autonomie technologique. La perception du temps devient également un facteur implicite dans l'idéalisation du travail technique. Bernard Dejonghe émet une représentation de la qualité à partir de la durée de la cuisson, du fait que plus elle est longue, plus le résultat est remarquable : « Une cuisson longue est plus belle qu'une cuisson rapide ; il faut un temps suffisant pour que les minéraux puissent se transformer[215] ». Du temps de l'apprentissage au temps de la cuisson, la notion de temporalité importe à l'heure de considérer l'effort, la constance ainsi que le sacrifice, comme des valeurs inéluctables au résultat qualitatif de l'œuvre.

2.4 Faire et sentir : une rhétorique du « feeling »

Penser l'expression artistique comme un langage est un procédé discursif récurrent chez de nombreux artistes de tous domaines. Un céramiste nous confiait que la céramique constituait pour lui sa langue maternelle et que cela ne l'empêchait ni de chercher à l'enrichir ni d'en apprendre d'autres langues. Parler de son activité comme on parle d'une langue vient doubler l'interprétation de la pratique en discours (voire en texte), puisque la langue peut être le moyen ou le support, si l'on reprend la théorie du texte de Roland Barthes. En effet, le texte est une pratique signifiante donc « un système signifiant différencié, tributaire d'une typologie des significations[216] » que résulte de la rencontre du sujet et de la langue et « c'est la "fonction" du texte que de "théâtraliser" en quelque sorte ce travail[217] ». À l'instar d'une analogie entre céramique et langue, celle-ci est fréquemment envisagée dans une comparaison avec d'autres disciplines

[214] G. Viatte, 8 artistes & la terre [Claude Champy, Bernard Dejonghe, Philippe Godderidge, Jacqueline Lerat, Michel Muraour, Setsuko Nagasawa, Daniel Pontoreau et Camille Virot], op. cit.

[215] *Ibid.*

[216] Roland Barthes, Théorie du texte, http://www.universalis.fr/encyclopedie/theorie-du-texte/ , 1973, (consulté le 9 décembre 2015).

[217] *Ibid.*

comme la musique : « Faire de la céramique c'est comme faire de la musique ; c'est avant tout du "feeling[218]" ». Et c'est ainsi que la valeur de l'art est évaluée selon une analyse esthétique, c'est-à-dire la science de la *connaissance sensible*, telle qu'elle a été définie par son inventeur Baumgarten[219]. Selon la chercheuse Ken-Ichi Sasaki, aborder l'expérience artistique par l'esthétique revient à considérer la dimension autonome de l'expression artistique. La méthode d'observation de la faculté de sentir et la perception esthétique des rapports qu'entretiennent les hommes avec l'art passe par ce vaste champ sémantique qui est le « *feeling* ». Du verbe anglais « to feel » qui signifie sentir —, le *feeling* désigne plus qu'une simple qualité sensible, mais « quelque chose de spécial » et induit une différence entre la sensation *(feeling)* et la perception. Le *feeling* distingue deux traitements linguistiques : en anglais « *feeling* » et en allemand « fühlen » renvoient au tactile, tandis qu'en français « sentir » privilégie l'odorat et le goût sans cependant exclure le toucher. Le *feeling* se définit comme un pouvoir esthétique des objets qui attire, qui donne envie de s'y attarder et d'y réfléchir, comme une réponse immédiate et durable à des *stimulis* perceptifs (une « chose spéciale » intériorisée physiquement). Selon Ken-ici Sasaki, le *feeling* émane d'une certaine maturité des émotions. C'est-à-dire que les décisions et les expériences dictées par le « *feeling* », n'excluent pas l'exercice de la rationalisation. Et la considération de la fonction de l'appréciation par le *feeling esthétique* engendre des relations et des passions lesquelles ne retirent pas les émotions comme les raisons de l'attachement artistique, mais les dépassent par les subtilités rationnelles qu'elles comportent ; « L'émotion en tant que *feeling* ne nécessite aucune faculté spécifique pour être ressentie : chacun connaît l'amour et la haine, émotions universelles. En revanche, le *feeling* esthétique, reposant sur une faculté particulière, règne sur un monde de délicatesse et de nuances »[220]. À cet égard, l'usage du *feeling* pour décrire une caractéristique de la relation entre le céramiste et son activité explique le rapport sensible et les subjectivités sous-jacentes au choix du métier, de la pratique, d'une matière de faire plutôt qu'une autre. Aussi, nombre d'artistes rapprochent leur activité de celle des musiciens. Claude Champy par exemple, procède par analogie entre le jazz et la céramique : « Je ne sais jouer d'aucun

---

[218] Propos issus de l'Enquête de terrain 2014

[219] Baumgarten cité in Ken-ichi Sasaki et Brigitte Rollet, « Le *feeling*, ou la faculté de sentir », Diogène, 2011, vol. 233-234, n° 1, p. 30.

[220] Ibid., p. 37.

instrument de musique, absolument aucun ; mais je rêve de jouer la terre et du feu aussi intensément que John Coltrane et Miles Davis jouaient et improvisaient au saxophone ténor et à la trompette[221] ». Cette association suppose aussi que le génie de ces musiciens s'inscrit dans leur capacité à l'improvisation, mais que celle-ci requiert une connaissance considérable de l'instrument et une véritable maîtrise des règles pour pouvoir les déjouer. Dans ce cas de figure, le *feeling* provient d'un processus cognitif porté d'abord par l'intériorisation de l'expérience puis de son détournement. L'opération mentale de l'expérience esthétique décrite par Champy jaillit d'une interprétation du choix par le *feeling* « comme un sous-entendu de la perception et son pouvoir résident dans la flexibilité, l'aisance, l'étendue et la variété de ces manifestations émotionnelles[222] ». Ainsi, le recours au *feeling* chez les artistes céramistes s'objective à travers la communication de formes individuelles de la connaissance de la technique, incorporées à des émotions universelles. La difficulté de la communicabilité du *feeling* est soulevée par Ken-Ichi Sasaki par le fait que la mémoire des individus contienne des zones de différente intensité ou emphase, et que la plupart des êtres humains partagent un fond, des thèmes communs manifestés par un riche répertoire mental des choses. Pour Bernard Dejonghe, le choix de la terre comme sa matière de prédilection est comparé au choix d'un instrument chez le musicien. L'explication se trouve pour lui dans la prédisposition et le goût : « J'ai choisi de travailler avec la terre ou le verre, comme on choisi de travailler avec un instrument de musique particulier parce que ça sonorité vous plaît, ou parce qu'on a des dispositions particulières pour cela[223] ». Ce discours contemple le goût comme la première explication du choix de carrière, et renvoie à l'idée que « les goûts et les couleurs ne se discutent pas ». S'il s'agit là d'une question de *feeling*, il est aussi question de prédispositions qui rappellent la notion de compétence, voire de « talent ». La spécialisation n'est donc pas un frein à l'expérimentation avec d'autres instruments musicaux tout comme avec d'autres matériaux pour la création artistique. L'expérimentation est d'abord déterminée par l'approche aux connaissances des techniques, et complétée ensuite par l'approche sensible.

---

[221] G. Viatte, *8 artistes & la terre [Claude Champy, Bernard Dejonghe, Philippe Godderidge, Jacqueline Lerat, Michel Muraour, Setsuko Nagasawa, Daniel Pontoreau et Camille Virot]*, *op. cit.*, p. 41.

[222] K. Sasaki et B. Rollet, « Le feeling, ou la faculté de sentir », art cit, p. 41.

[223] G. Viatte, *8 artistes & la terre [Claude Champy, Bernard Dejonghe, Philippe Godderidge, Jacqueline Lerat, Michel Muraour, Setsuko Nagasawa, Daniel Pontoreau et Camille Virot]*, *op. cit.*

2.5 Le voyage céramique : rhétorique de l'hétérotopie

La réputation des céramistes, comme des artistes, concerne la dimension internationale, surtout en termes de la diffusion. Cependant, elle passe aussi par l'acquisition de savoirs spécifiques des cultures étrangères. Si, comme nous l'avons vu au premier chapitre la céramique est un monde ponctué par la connaissance et l'expertise technique, l'« étiquette » internationale apporte à la construction de la notoriété. L'intérêt pour la connaissance des procédés techniques et esthétiques d'autres pays (le *céladon de Chine* ou le *raku*[224] pour le Japon par exemple) met en lumière les influences ayant le plus marqué le milieu. La céramique d'Extrême Orient, constitue en effet, l'un des grands piliers du système idéal de représentations de la céramique, que ce soit sur les savoirs professionnels, sur le traitement social de la discipline ou sur la considération du créateur. Ces passerelles ont été renforcées par des figures emblématiques telles que Bernard Leach. Il a été le premier à rapporter en Europe, par le biais de son ouvrage « Le livre du potier », depuis l'extrême orient une vision de la céramique élevée dans la pyramide des arts. Comme le note Sabine Pasdelou, auteure de la thèse « La popularisation du japonisme dans la production céramique française entre 1861 et 1950 », le japonisme a eu un impact fondamental en occident : « Depuis une quarantaine d'années, les expositions ayant souligné l'impact esthétique et technique de l'art japonais sur l'art français sont nombreuses et témoignent de la richesse des travaux récents sur la question. Cet engouement tant médiatique que scientifique fut notamment relancé par l'importante exposition « Japonisme » de 1988 au Grand Palais[225] ». La relation entre les modèles japonais et français s'illustre par la fascination pour la place que la céramique occupe au sein du quotidien des Japonais ainsi que par la considération sociale vouée au métier et à l'objet. L'exemple du Mingei, que nous avons abordé dans le chapitre précédent, en est particulièrement révélateur. Ce concept fondé par Soetsu Yanagi, célèbre écrivain et collectionneur japonais, connu pour avoir été l'initiateur et porte-parole des « arts populaires » au Japon, désignait la « beauté » des objets utiles et ordinaires. Il serait parvenu « à englober un mouvement original qui fut à la fois une relecture, une redécouverte de l'artisanat du passé et une promotion de

[224] Technique japonaise développée dans le XVIe consistant à noircir la céramique par enfumage (en sciure de bois) en sortant la pièce du four encore incandescent.

[225] *Sabine Pasdelou "art occidental et extrême-oriental, céramique, histoire du luxe, du design et des entreprises"* URL : http://www.sabine-pasdelou.com/, (Consulté le 8 mars 2016).

la création contemporaine, l'un enrichissant l'autre[226] ». Sa pensée occupe ainsi une place singulière dans le paysage artistique de la céramique française, même si la valorisation des arts populaires n'est pas totalement nouvelle en France et en Europe (on pense par exemple au mouvement entamé dans les années 30 par Georges Henri Rivière au Musée des Arts et Traditions populaires). Le Mingei a surtout été compris dans le milieu de la céramique à travers la valorisation des objets ordinaires, redonnant de la valeur à l'ustensilité de l'objet d'art. En accordant une « beauté fonctionnelle » aux objets du quotidien, ce projet concerne l'« esthétique fonctionnelle » et concède au « bol » par exemple, l'argument pour asseoir son statut d'œuvre. La revendication du caractère artistique de l'utilitaire s'appuie fortement sur le modèle de la céramique au Japon, lequel est nourri par le Mingei (parmi d'autres courants de pensée philosophiques et spirituels). Par conséquent, la céramique s'est fortement nourrie par divers apports culturels exogènes et s'est ainsi construite sous un imaginaire *hétérotopique*. En effet, le territoire *hétérotopique* dans le sens donné par Michel Foucault, qui inventait ce terme pour décrire un emplacement proche de l'utopie où se retrouvent des « espaces autres » localisables et présents dans toutes les cultures : « L'hétérotopie a le pouvoir de rassembler en un seul lieu plusieurs espaces qui sont eux-mêmes incompatibles[227] ». Ces derniers se retrouvent en hétérochronie, c'est à dire en rupture avec le temps et l'espace traditionnel. La céramique constitue donc le capital spatial abritant les céramistes et les pratiques du monde. Il s'agit d'un espace de partage dans lequel se mettent en scène les valeurs, mais aussi des normes, des pratiques, des techniques, etc., d'ailleurs. Le sentiment d'appartenance à une culture artistique mondiale s'étend ainsi au-delà du territoire géographique et héberge un imaginaire où la céramique agit en langage partagé. Ce *langage* est compris par les membres du groupe professionnel, malgré l'éloignement géographique et culturel. Cela est possible à travers le patrimoine commun qu'il faut préserver à partir d'une lecture « esthético-technique » des pratiques (mais aussi des valeurs). En dehors de cette image, la reconnaissance de la communauté céramique mondiale en tant qu'unité se cristallise à travers de réseaux de communication, de représentation et de solidarité entre les groupes professionnels tels que l'Académie Internationale de la Céramique (AIC), le Conseil international de revues de céramique (ICMEA), à une échelle plus réduite l'Association de marchés de

[226] *Ibid.*

[227] Michel Foucault et Jacques Lagrange, Dits et écrits, 1954-1988, Paris, France, Gallimard, impr. 2001, 2001, 1707 p.

céramique en Europe (AMCE), entre autres. D'une part, l'observation de ces espaces sociaux d'interaction entre céramistes dans divers endroits du monde corrobore l'hypothèse qu'il existe un sentiment d'appartenance à une communauté céramique réaffirmée par l'énonciation d'une identité collective. L'affirmation de l'intérêt des artistes pour la pratique au cœur d'autres cultures passe par une tradition artistique élargie ayant pour but de confronter les regards[228]. Arnauld de l'Épine soutient à propos de l'exposition « 8 artistes et la terre » que pour certains d'entre les artistes, il s'agissait de projets professionnels avec un fort caractère d'altérité. Dans l'extrait qui suit, il formule le besoin d'éloignement de la société *mainstream* : « Nombreux artistes ont voyagé dans le but premier de fuir un monde qu'ils réprouvaient en espérant retrouver le "paradis perdu" (réf. Gauguin) ; beaucoup moins nombreux ont été ceux qui se sont déplacés en cherchant véritablement de s'intéresser à des peuples dont la culture et les modes de vie avaient été en grande partie détruits par l'"apport occidental". Or ces artistes font partie de ceux qui ont la curiosité d'aller à la rencontre des praticiens d'autres cultures et, pour certains d'entre eux, d'aller jusqu'à se confronter avec leur savoir-faire afin d'élargir leur propre champ d'expériences[229] ». La tradition du voyage avec pour fil conducteur la céramique — tout comme l'attirance des mondes non occidentaux par de nombreux artistes de tout horizon — s'est constituée en socle de la renommée pour certains artistes.

> De l'influence de l'esthétique précolombienne chez Gauguin par exemple, visible sur son travail en céramique[230] à l'œuvre de Pablo Picasso fortement inspirée des iconographies et productions méditerranéennes, l'intérêt pour d'autres cultures, est artistiquement valorisante. Jean Girel précise à ce propos : « Picasso a digéré tel un ogre

[228] De nombreuses expositions ont été conçues dans le but de réunir les productions céramiques françaises pour ensuite être montrées dans d'autres pays : en 1986 l'exposition « Terres de France » conçue par Alain Girel est exposée d'abord à Macon et voyagera ensuite en Belgique, Hollande et Allemagne. Aussi, l'exposition « Europe de céramistes » en 1989 organisée par le Centre culturel de l'Yonne, à Auxerre que réunit les œuvres de nombreux céramistes connus en France (Alain Girel, Jean Pierre Viot, Daphné Corregan, avec d'autres céramistes européens) sera exposée à Budapest, Linz, Madrid et Haguenau. Ces expositions étaient souvent le projet de céramistes désireux de valoriser la création céramique et de la faire connaître dans d'autres frontières, ainsi que pour connaître ce qui se fait ailleurs.

[229] G. Viatte, *8 artistes & la terre [Claude Champy, Bernard Dejonghe, Philippe Godderidge, Jacqueline Lerat, Michel Muraour, Setsuko Nagasawa, Daniel Pontoreau et Camille Virot]*, *op. cit.* Postface par Arnauld de l'Epine - pg. 308

[230] Bien que Gauguin soit principalement reconnu par son œuvre picturale qui se voit imprégnée de son attachement à l'Asie, son intérêt pour la céramique aux esthétiques précolombiennes proviendrait de la période de son enfance passée au Pérou.

> tout le passé céramique, des précolombiens aux Yapiges, en passant par les Ibères, et déverse pendant vingt ans formes et décors de son imagination sur quelque quatre mille œuvres originales[231] ». L'exposition « Picasso céramiste et la méditerranée » a ainsi voulu rendre hommage à son intérêt pour les cultures méditerranéennes incarnées dans sa production céramique : « À Vallauris, au bord de cette mer Méditerranée pétrie de culture et de traditions, l'expérience de la céramique, en collaboration avec Suzanne et Georges Ramié dans leur atelier Madoura, est assurément l'occasion pour Picasso de renouer avec un héritage personnel et de revendiquer son identité culturelle méditerranéenne[232] ». Picasso inscrit dans sa céramique une « participation à une tradition qu'il invite dans ses formes et ses couleurs et qu'il assemble et reconstruit comme sa propre création du monde.[233] » C'est ainsi que chaque élément — les faunes, les bacchanales, les corridas, etc., — participe de la réinvention de la céramique en tant que mémoire d'une culture aux traditions revisitées.

En Afrique par exemple, les usages de la céramique sont globalement définis à partir d'une dominante fonctionnelle : domestique, décorative et rituelle, avec des procédés traditionnels (basse température, fours primitifs et externes). Et nombreux sont les céramistes qui y puisent leur inspiration et font naître différents projets de prospection, de découverte des « nouveaux territoires de la céramique » (pour la plupart des initiatives portées par un ou un petit groupe de céramistes). Considérés comme des projets personnels, ils ne bénéficient que d'un faible soutien institutionnel et budgétaire. L'expérience de Camille Virot illustre bien ce phénomène. Virot propose par son travail pluriel, une vision contemporaine et exploratrice des singularités de la poterie traditionnelle à partir de ses nombreux voyages en Afrique. En 1991, il a lancé le « Projet Afrique » avec son association Argile (aujourd'hui Maison d'édition) avec onze céramistes ayant séjourné dans des territoires potiers dans différents lieux du continent Africain. Ce n'est qu'en 2011, soit vingt ans plus tard que s'est tenue l'exposition « Terres d'Afrique – Retour d'Afrique[234] » au musée de Sèvres, où s'exposaient les céramiques produites dans le cadre de cette expérience qui avait duré quatre ans (1991-1995). En 2016, l'exposition « Potières d'Afrique » au Musée des Confluences à Lyon montrait également un voyage « à la rencontre des potières d'Afrique de l'Ouest et de

[231] Jean Girel, Une brève histoire de la Céramique, Pag. 135.

[232] Bruno. Gaudichon et Joséphine. Matamoros, Picasso céramiste et la Méditerranée, Paris, Editions Gallimard, 2013.

[233] Ibid.

[234] Source : Site de la Cité de la céramique, Sèvres. URL : http://www.sevresciteceramique.fr/site.php?type=P&id=379 (Consulté le 10 janvier 2016)

leur production. Ce voyage, onze céramistes européens l'ont fait il y a 20 ans. Ils en ont rapporté des poteries, plusieurs heures de films, des notes de terrain et de nombreuses photographies que le musée conserve aujourd'hui[235] ».

Partant de cette expérience, on peut avancer que les artistes céramistes ayant accédé à une reconnaissance au sein des instances légitimatrices de la scène artistique : participation à des expositions, conférences, symposiums, etc., s'inscrivent dans une économie de la culture à dimension internationale. Comme le dit Delphine Naudier[236], à la fois symbolique, car liée à la réputation, cette économie de la culture est constituée de la reconnaissance des pairs, de la renommée (au-delà des cercles professionnels) et commerciale (les prix). Ces voyages fonctionnent non seulement comme des espaces de sociabilisation et de transmission des savoirs, valorisés et valorisants dans la profession. Ils sont aussi les espaces où s'opère une réflexivité de la pratique. Bernard Dejonghe expose à ce sujet : « Les voyages en Corée, Californie, Japon… m'ont fait rencontrer des artistes qui se posent les mêmes questions que moi, ou bien d'autres questions. Ils m'ont obligé à montrer mon travail, à en parler, à me confronter, à me mettre en danger ; ils m'ont donné de la force[237] ». Les échanges qui s'y effectuent, qu'ils soient dans le cadre d'un voyage professionnel ou d'agrément, résultent d'un besoin de compréhension de la céramique au-delà des frontières. La présence de la poterie dans les sociétés du monde semble être le point de départ d'un voyage de recherche artistique individuel, apportant à construire une communauté artistique de la céramique « internationale », plus liée à l'exercice du métier que dans d'autres pratiques artistiques. Source d'inspiration, la place de la céramique dans les diverses sociétés du monde constitue l'un des pivots de la recherche technico-esthétique des créateurs. La connaissance des considérations externes fonctionne alors comme le moyen d'accès à un territoire de transmission symbolique et l'espace de l'altérité artistique. L'influence des modèles étrangers pour la construction des valeurs dans la céramique en France s'est d'abord introduite par le travail des céramistes, mais elle est également relayée par

---

[235] Source : Musée des Confluences, Lyon. URL : http://www.museedesconfluences.fr/fr/evenements/potières-d'afrique. (Consulté en janvier 2017)

[236] Wenceslas Lizé, Delphine Naudier et Olivier Roueff, *Intermédiaires du travail artistique: à la frontière de l'art et du commerce*, Paris, France, Ministère de la culture et de la communication, Secrétariat général, Service de la coordination des politiques culturelles et de l'innovation, Département des études, de la prospective et des statistiques, DL 2011, 2011, 263 p.

[237] G. Viatte, 8 artistes & la terre [Claude Champy, Bernard Dejonghe, Philippe Godderidge, Jacqueline Lerat, Michel Muraour, Setsuko Nagasawa, Daniel Pontoreau et Camille Virot], op. cit.

les discours des amateurs. Un couple de collectionneurs par exemple, ayant effectué de nombreux voyages au Japon et en Angleterre à la découverte de différentes approches de la céramique à l'international, exprimait l'impression qu'il existe une *bienveillance* des céramistes du monde pour ceux qui aiment la céramique : « Le fait qu'on s'intéresse à eux est suffisant… ils nous regardent autrement, et non pas comme des simples touristes[238] ». Pour ces amateurs, le « voyage céramique » constitue le fil conducteur permettant de découvrir des lieux, des choses et des gens, concernés par la céramique, qu'ils ne seraient allés voir instinctivement, car ces lieux se « trouvent en dehors des sentiers battus… on ne les trouve pas dans les guides de voyage de toute façon[239] ».

Enfin, si la céramique coréenne, japonaise, chinoise, taiwanaise, etc., constitue une source d'inspiration, technique, esthétique et sociale, cela est aussi valable au niveau des politiques culturelles à l'œuvre. Un exemple illustrateur est la figure du « Maître d'art », créé sous l'impulsion du « Conseil des métiers d'art » en 1997 et qui a été imaginée sur le modèle japonais du « Trésor vivant ». On compte actuellement soixante-dix-huit Maîtres d'art en activité dont Jean Girel est le seul céramiste détenteur du titre (le céramiste Pierre Fouquet étant décédé en 2012). Par ailleurs, les premiers évènements autour du « Raku » ont commencé à être diffusés par Camille Virot dès les années 70. Dix ans plus tard, le « raku » devenait un important courant de la céramique en France, aux influences japonaises. Il est connu et apprécié par nombre de céramistes et de plus en plus par le grand public (de par le caractère spectaculaire de la cuisson, la démonstration du raku est courante dans les manifestations dédiées à la céramique). Par ailleurs, le modèle des pays scandinaves ainsi que le modèle étatsunien, sont fréquemment cités comme étant nettement plus avancés face aux échelles de légitimité de l'art et l'artisanat par rapport à la société française. Il est considéré que la céramique (et plus largement l'artisanat d'art) occupe une place à part entière. Ce référentiel étranger permet ainsi de pointer avec force les clivages auxquels se heurte la céramique en France. Certains espaces de diffusion de la création contemporaine et céramique comme le Salon de céramique contemporaine « Céramique 14 » signalent ces particularités. La présentation d'une conférence consacrée à la place de la céramique dans les arts, par la galeriste Marie Lund (Paris) illustre bien ce phénomène : « L'extrême richesse de la céramique danoise et […] les apports sur le plan plastique, à

[238] Propos issu de l'enquête de terrain 2014

[239] *Ibid.*

la jointure du design parfois, et sur le plan du débat d'idées assez précocement mené au Danemark autour de la place que doit avoir la céramique dans les arts, et plus généralement sur le craft[240] ». C'est ainsi que la dimension hétérotopique de la céramique — à travers les techniques, esthétiques de la céramique ailleurs et les récits sur la place qu'elle occupe dans d'autres sociétés — est constamment soulignée comme point de comparaison entre les réalités, les frontières et les hiérarchies entre les disciplines, mettant en exergue la place marginale de la céramique en France.

[240] Extrait issu du catalogue de l'édition 2014. Salon annuel de céramique contemporaine « Céramique 14 », Paris.

Conclusion : Vers une double reconnaissance des artistes céramistes

À travers la perception qu'ont des artistes céramistes de leur propre pratique, il a été possible de voir comment se structure une rhétorique spécifique et nouvelle de la céramique. Ils détiennent une base solide de savoirs et de connaissances techniques, mais leur discours postule une liberté artistique (technique, matérielle, esthétique). Ces nouvelles approches du métier participent pleinement du processus d'artification, mais creusent les contradictions. En effet, ces céramistes, reconnus et consacrés par leurs pairs et amateurs de céramique, détiennent certains codes de l'art contemporain et se détachent du monde « originel » (la céramique d'art) et intègrent certains cercles de reconnaissance, notamment de diffusion et de commercialisation de l'art contemporain (et du design). Ils incarnent la figure du maître, la virtuosité (sont reconnus pour être des spécialistes de certaines techniques) puisqu'ils valorisent la proximité et l'admiration pour la matière qu'ils travaillent. Ils revendiquent leur choix de métier comme un style de vie et communiquent leur appartenance au monde potier par des caractéristiques collectives : « bon vivant, connaisseur, solidaire, plutôt de gauche, etc.[241] ». Néanmoins, à cela s'ajoute une nouvelle dimension : la *déconstruction* de la culture de métier essentiellement technophile par la revendication d'une liberté technique. Ce segment a bénéficié d'une plus grande reconnaissance que les céramistes d'art au sein de l'art international, mais demeure encore et toujours aux marges de l'art contemporain. Ainsi, l'analyse des discours chez ces artistes et le cadre discursif qui les entoure a montré comment s'édifie un jeu rhétorique croisé portant sur la maîtrise technique, que valorise l'accident, défend le dialogue entre matières, observe des analogies avec la musique et le langage, s'affirme dans une dimension sensible (par le *feeling*) et se construit en une communauté artistique plus internationalisée et autonome que les céramistes d'art. Ces nouvelles conceptualisations permettent d'inverser le questionnement soulevé par la situation ambiguë des céramistes d'art quant à leur appartenance au régime de l'art ou de l'artisanat. Elles questionnent l'entre-deux de la céramique d'art et dessinent un rapport de double reconnaissance plutôt que de double marginalité.

[241] *Ibid.*

« Ces artistes qui ont abordé la terre ces dernières décennies (Picasso, Tapiès, Barcelo, Joan Miró, Lucio Fontana…) […], l'ont fait avec un tel bonheur et une telle réussite que cela m'énerve un peu. Ils ont plus fait pour sortir la céramique de son champ traditionnel que des dizaines de milliers de céramistes en 5000 ans. Est-ce une bonne chose ? Pour moi c'est évidemment oui »

Claude Champy, céramiste

Chapitre III : Céramique d'art contemporain : l'éloge d'une céramique libre

Cet extrait du catalogue de l'exposition « 8 artistes et la terre » exprime la force par laquelle se départagent les segments de la création céramique. Si les frontières sont loin d'être figées, ce chapitre poursuit l'exploration de la fragmentation des mondes de l'art à partir d'un autre segment de la céramique à l'interaction de l'art contemporain. La « céramique d'art contemporain » se construit sur un large éventail de propositions s'éloignant de plus en plus des applications classiques du matériau, alors qu'elle ne cesse de se nourrir des valeurs de la culture céramique. Ces nouveaux « usages » de la terre sont constatés dans le contournement des techniques traditionnelles, dans l'incorporation de nouveaux matériaux où à travers de gestes et de techniques « revisitées ». Parler d'innovation ne signifie pas nier l'évolution des pratiques dominantes des céramistes d'art dans leurs capacités créatrices et leurs dispositions novatrices, telles qu'elles ont été décrites dans le premier et deuxième chapitres. Vouloir le faire consisterait, à nier les nombreuses composantes internes avec leurs singularités et leurs échanges. Au contraire, elles constituent le point de départ d'une réflexion sur les évolutions et les nouveaux traitements sémantiques s'opérant en proximité avec l'art contemporain. L'analyse de cette catégorie « minoritaire » vise à montrer combien ces frontières s'ouvrent sur d'autres arènes et participent à renouveler le système de représentations du milieu, pendant qu'il s'opère une articulation entre des pratiques artistiques considérées par certains à la base d'un renouveau et par d'autres, dans la limite de ce qu'est la céramique. Si l'observation de ces marges met à l'épreuve la définition même de la pratique, la transversalité de l'art contemporain et la tradition artisanale, met en lumière un basculement axiologique au sein de son système de représentations. Nous tenterons ici de comprendre dans quelle mesure les céramistes d'art contemporain participent, à travers leur travail artistique et les discours qu'ils mobilisent, du décloisonnement de la céramique ? Quels rapports se tissent entre culture céramique et art contemporain ? Et comment ces nouvelles esthétiques accordent-elles de nouvelles acceptions à la pratique et participent de sa polarisation ?

1. Choisir la terre pour combattre les hiérarchies

Pour Camille Morineau et Lucie Pesapane, commissaires de l'exposition Ceramix, la céramique est « une pratique périphérique ou au contraire une des facettes les plus méconnues et récurrentes de la modernité, avant de devenir l'un des traits les plus marquants du XIXe siècle[242] ». Cette exposition, part du constat que la présence récurrente et surprenante de la céramique dans les expositions, biennales, foires… montre l'intérêt soutenu dont la céramique fait l'objet, de la part de beaucoup d'artistes et raconte donc une histoire de l'art parallèle. Les artistes ont de tout temps utilisé la terre. Il apparaît comme une évidence que la confrontation entre la céramique et l'art contemporain de chaque époque (l'art contemporain dans son acception linguistique et non pas chronologique) a bel et bien accompagné l'histoire de l'art (Cf. Annexe N° 2 : Chronologie Ceramix). Le croisement entre art contemporain (dans son acception actuelle et chronologique) et céramique d'art connaît son véritable essor en ce début du XXIe siècle. Cela phénomène concerne des jeunes étudiants se formant à la céramique comme Valentine, des artistes chercheurs comme David Cushway mais aussi des artistes de renommée internationale comme Johan Creten, Louise Hindsgavl, Valérie Delarue, Miquel Barceló, Grayson Perry, Elmar Trendwalder, Daniel Dewar et Grégory Gicquel, etc. Leur statut s'associe en fait naturellement avec celui d'artiste ou de plasticien, elle rompt en revanche avec celui de potier ou d'artisan d'art, bien qu'ils continuent à faire l'éloge de la culture céramique. Ces derniers arrivants dans le monde de la céramique peuvent être rapprochés, comme l'a fait Flora Bajard, de ce que Howard Becker appelait les *francs-tireurs*[243] ; en ce qu'ils apportent des innovations en transgressant les normes et conventions érigées par les membres *intégrés*. C'est donc encore et toujours, le traitement de la « technophilie » et les savoir-faire techniques que compose ou

[242] Camille Morineau et Lucia Peasapane, *Ceramix : De Rodin à Schütte*, Gent, Snoeck Ducaju & Zoon, 2015, p. 12.

[243] Les modes de participation aux mondes de l'art déterminent différents types d'acteurs dont Becker dresse une typologie. Les professionnels *intégrés* sont ceux qui détiennent le savoir-faire technique, les aptitudes sociales et le bagage intellectuel pour la réalisation d'œuvres d'art en accord avec l'activité. Les *francs-tireurs* sont ceux qui apportent des innovations que le monde de l'art n'accepte pas immédiatement. Ils vont se heurter à des résistances de la part des autres membres puisqu'ils transgressent les conventions, bien qu'ils respectent certaines d'entre-elles. Toutefois, les innovations pourront être assimilées par les professionnels intégrés avec le temps et la configuration des mondes de l'art.

décompose la continuité et la rupture entre la « culture céramique » et l'art contemporain. Leur investissement dans la céramique cristallise un groupe fortement hétérogène, mais dont les singularités révèlent les différentes postures face aux questions de la matière, des sens donnés à l'univers qu'ils investissent. Si derrière l'articulation entre céramique et art se trouvait la volonté de résister au déclin de la poterie ouvrière à travers une nouvelle forme d'expression, le contact entre la céramique et l'art contemporain pourrait venir à son tour apporter à la survie de la céramique d'art. Certains se demandent si les effets de l'engouement pour la céramique au sein de l'art contemporain apportent à redonner de la visibilité à la céramique ou au contraire, occultent la céramique faite par céramistes. À l'issue d'une visite de l'exposition Ceramix à la Maison Rouge, Paris en 2016, nous avons rencontré une galeriste à la retraite et collectionneuse pour qui l'intérêt pour cette exposition reposait sur un sentiment de curiosité autour des querelles que cette exposition pourrait générer ainsi que sur ses effets :

> Collectionneuse : Je suis d'abord allée à Maastricht voir l'expo Ceramix et j'ai compris qu'il y avait beaucoup de querelles. Ça a éveillé ma curiosité.
>
> Enquêteur : Quelles querelles ?
>
> C : La peur de tout ça ! La peur que la céramique soit dissolue totalement !
>
> E : Et vous en pensez quoi ?
>
> C : Que grâce à ça, la céramique ne va pas disparaître. La terre est sauve ! J'ai réglé cette affaire dans ma tête.
>
> E : Et pourquoi elle ne pourrait pas se dissoudre ?
>
> C : Il n'y a pas de risque. C'est trop différent !

La distinction entre deux formes de céramique se dessine pour elle, de manière claire et en harmonie. D'autres ne partagent pas le même avis. C'est le cas d'un autre collectionneur présent lors de cette visite.

> Collectionneur : « On voit bien que c'est la céramique hors "vases" qu'on veut montrer. C'est une branche intéressante la sculpture contemporaine avec la céramique, mais c'est un aspect, une approche... Et moi, je me dis que ça peut avoir pour effet de ringardiser le reste ! »

À l'instar de ces extraits, il existe de multiples formes de considérer les partages au sein du monde de la céramique et les différents traitements artistiques. Le mouvement de « renouveau de la céramique » par l'art contemporain s'énonce comme un vecteur d'émancipation de son confinement à des pratiques artisanales, décoratives et utilitaires. Quatre principales intentions se distinguent et convergent vers ce qu'on peut interpréter comme un combat contre les hiérarchies artistiques. Ces intentions se déclinent à travers trois principaux arguments : (1) exploiter le potentiel de la matière (2) le jeu sémantique ; (3) le mode de vie.

1.1 Exploiter le potentiel « contemporain » de la matière

Les relations qu'entretiennent les artistes avec le matériau montrent différents aspects du combat contre la considération marginale de la céramique dans l'art. L'artiste belge Johan Creten incarne bien ce phénomène d'engagement artistique. L'usage d'un langage assimilé à l'univers de l'art contemporain — la démarche, le concept et l'idée — occupe une place prépondérante, et s'articule à la prévalence d'un vocabulaire lié au métier manuel, l'objet, la matière. La transdisciplinarité dans son travail (nombre de ses œuvres sont réalisées en bronze et d'autres matériaux), l'usage « libre » et expérimental de certaines techniques (comme la technique du pastillage qui date du XVIII siècle dans ses sculptures), le travail de collaboration avec des artisans-techniciens lors de ses nombreuses résidences artistiques[244] et sa reconnaissance au sein du marché de l'art contemporain, n'empêchent pas l'identification de ses attaches avec le monde de la céramique. Au contraire, sa prédilection revendiquée pour la matière et la culture céramique cristallise son combat contre les hiérarchies artistiques et les échelles de la légitimité. C'est ainsi que le choix de la terre relève pour Johan Creten, d'une expérience singulière et de l'expression d'un lien intime tissé naturellement avec les propriétés spécifiques de la matière : « Lorsque j'ai touché la terre, j'ai immédiatement senti qu'il y avait une place à prendre. Une place dans l'art, mais aussi une place dans la création (…) Elle permet d'amener de la couleur, des textures, des transparences et surtout une peau qui est très différente de toutes les

[244] Il a effectué durant sa carrière de nombreuses résidences d'artiste dans de nombreux pays Villa Arson, Nice (1993), Villa Medici, Rome (1996), Cité Céramique, Sèvres (de 2004 à 2007), etc. Il réside et travaille en France depuis 1991. Il est représenté par la galerie d'art contemporain Perrotin.

peaux apportées par d'autres matériaux[245] ». Ses propos soulignent non seulement le rapport de l'artiste avec la matière, mais également les tensions entre le monde de la céramique et l'art contemporain : « J'ai d'abord commencé à faire des choses que j'incluais dans mes peintures et rapidement, je me suis heurté à une réalité : un artiste qui touche la terre, c'est très tabou dans le milieu de l'art contemporain. Dans les années 80, on vous rangeait de côté, "ça ne se faisait pas[246]" ». Johan Creten est, à l'image de ses paroles, décrit comme un artiste à contre-courant pour s'être intéressé à une pratique délaissée par l'art contemporain. Selon lui, le travail avec une matière perçue comme « *sale et humide* » se heurte à des interdits et des préjugés qu'il choisit d'explorer à travers son œuvre dans le but de contribuer à leur dépassement. Sa démarche relève à la fois d'un engagement artistique et à la fois politique. Par son adhésion aux valeurs de la culture céramique — dimension matérielle et technique, travail manuel (il maîtrise toutes les phases de réalisation de ses pièces), modèle de l'atelier — Creten dénonce la non-reconnaissance de la céramique par la scène artistique contemporaine : « Dans l'art contemporain […] on accorde plus d'importance à l'intellect qu'aux mains. Tous les artistes conceptuels et minimalistes qui utilisent leur cerveau sont de toute évidence meilleurs, plus intelligents et plus raffinés que le pauvre type qui ose vraiment toucher les matériaux avec ses mains[247] ». Et cette considération compte à l'heure d'aborder le social et politique à travers le prisme de l'art : « Il est exaltant de pouvoir utiliser ce médium pour parler de l'homosexualité, du racisme, des interdits sociaux ou de la montée de l'extrême

Image. Johan Creten, *Odore di femina,* Cité de la céramique, Sèvres. (cl. Gérard Jonca)

[245] Entretien de Johan Creten par Léa Chauvel-Lévy pour le Magazine numérique d'art Slash. URL : http://slash-paris.com/en/articles/johan-creten-interview - février 2013 - Consulté en septembre 2014.

[246] Idem

[247] Creten dans C. Morineau et Lucia Peasapane, *Art et céramique*, *op. cit.*, p. 254.

droite[248] ». En effet, les discours contenus dans ses œuvres sont teintés d'un engagement artistique multiple, mobilisant des rhétoriques spécifiques de l'art contemporain, portées par les propriétés esthétiques, le concept, l'expérience artistique, le sensible, etc., mais pour lesquelles le choix de la matière n'est pas anodin.

La création céramique au carrefour de l'art contemporain se lit aussi à travers le prisme de la *déhiérachisation* des disciplines, de la *déspécialisation*, mais également de l'anonymisation de la matière. David Cushway, un artiste du Pays de Gales dont l'œuvre (vidéos, installations et performances) parle des différentes conceptions de l'objet céramique, révélait son désaccord face à la distinction entre céramique et art contemporain : « Je ne suis pas sûr de ce que tu me demandes ici. Tu penses la céramique et l'art contemporain séparément ? La céramique a été longtemps coupable de mener une mentalité sur "nous" et sur "eux". Dans ma pratique artistique, j'ai rencontré des résistances à mon travail que par la "fraternité de la céramique" [...]. Nous sommes comme le dit Glenn Adamson dans une ère post-industrielle, post-disciplinaire et post-atelier, où les hiérarchies n'existent plus en termes de matériaux et de pratiques[249] ». L'étonnement de l'artiste face à la nature de la question se lit comme une posture de résistance face aux hiérarchisations. Il semble pour lui invraisemblable de faire la distinction entre céramique contemporaine et art contemporain. Avec cette posture, il conteste un clivage qui est pour lui déjà dépassé. Son refus de la hiérarchie disciplinaire s'appuie sur les travaux de Glenn Adamson, auteur de l'ouvrage « Penser au-delà de l'artisanat », dont la thèse consistait justement à considérer un nouvel ordre dans la création, libre des catégorisations et où l'interaction entre l'idée, la main, l'outil et le matériau constituent le foyer de la créativité. Cependant, le témoignage de Cushway exprime aussi la double tension (voire la contradiction) que l'on retrouve fréquemment dans le secteur : d'un coté la

[248] *Ibid.*

[249] Enquête de terrain 2014. Traduction personnelle de l'anglais. « What do you think about the relationship between contemporary ceramics and contemporary art today ? : I am not quite sure what you are asking me here, do you see ceramics and contemporary art as two separate discourses or fields? As personally I think this too simplistic and ceramics has been long guilty of and 'us' and 'them' mentality. In my own practice I have only encountered resistance to my work from the ceramics fraternity, myself and Claire Twoomy discuss this at length in crafts magazine-july/august 2007. other than that fine artists use whatever material is needed, Rebbecca Warren is a good example, as is Grayson Perry. We are as Glen Adamson says in a post industrial, post discipline and post studio arena, where hierarchies no longer exist in terms of materials and practice ».

négation des hiérarchies, et de l'autre, les marques effectives des clivages et catégorisations encore visibles dans le milieu. En effet, lorsque Cushway déclare qu'il a rencontré des résistances à son travail par la « fraternité » céramique, il suggère que la problématique serait la conséquence d'une automarginalisation des céramistes. Par ailleurs, lorsqu'il explique les raisons qui l'ont conduit à adopter la céramique comme médium, il met en avant le processus d'apprentissage articulé au caractère « traditionnel » de la pratique : « Je ne sais pas comment c'est l'école en Équateur, mais ici on fait une année préparatoire où on va tout essayer ; mode, peinture, sculpture, dessin, etc. Ce que je peux dire c'est que la céramique me convenait bien, et en venant d'un milieu au bagage profondément traditionnel, j'ai senti que je voulais quelque chose de l'ordre de l'apprentissage, acquérir des compétences sur les processus. Quelques années plus tard, j'ai réalisé que j'avais échangé une tradition pour une autre, puisque mon père et mon grand-père ont travaillé dans le métal, mais les disciplines étaient liées par le processus transformateur du feu[250] ». Avoir choisi la céramique implique un choix de spécialisation, de transmission de savoirs et de compétences, à l'issue d'un apprentissage pluridisciplinaire. Emprunter la voie de la céramique fonctionne comme le signe d'une contestation des hiérarchies artistiques et s'accompagne de la conviction que l'intégration de disciplines auparavant considérées comme artisanales est aujourd'hui effective dans l'art contemporain.

[250] Traduction personnelle de l'anglais. Why did you choose ceramics as your artistic material? : "I don't know what art school is like in Ecuador, but here we do a foundation course which is a year extra, where basically we try everything, fashion, painting sculpture graphics etc etc, all I can say is that ceramics felt right for me, and coming from a fairly traditional working class background I felt I wanted something like an apprenticeship, to learn skills and process. Some years later I realised that I had exchanged one tradition for another, in that my father and both my grandfathers had all been metal workers, but that the disciplines were linked by the transformative process of fire".

2. Le jeu sémantique avec la matière

Image. Daniel Dewar et Grégory Gicquel, *Sans titre,* kaolin, 2007. www.loevenbruck.com (cl. Galerie Loevenvruck, Paris, 2015)

Cette œuvre monumentale a été réalisée en terre crue (kaolin) par le duo d'artistes Dewar et Gicquel. Elle déploie une réflexion sur la matérialité dans la création et opère une transgression des limites et des propriétés de la céramique. Ces hippopotames incarnent ce que Nathalie Heinich appelait l'expérience des limites dans son ouvrage « Le paradigme de l'art contemporain ». D'un côté, cette œuvre réinterroge la définition générique de la céramique comme étant le résultat d'un processus de transformation de la matière par le feu. Est-ce de la céramique malgré l'absence de cuisson ? Si Dewar et Gicquel choisissent de représenter la relation complexe entre hiérarchies instituées dans l'art, à travers l'intégration de la matière, le geste, dans un art dématérialisé, c'est dans ce rapport à l'art que leur travail prend sens. Le fait que cette œuvre ait été montrée dans la Biennale internationale de la création contemporaine et céramique de Vallauris, en 2010, la place d'emblée dans un cadre légitimant son appartenance au monde de la céramique contemporaine. Autrement dit, sa mise en exposition dans cet espace consacré de la création céramique s'impose comme un glissement sémantique partant de l'art contemporain vers la céramique. Peut-on concevoir que le fait de ne pas appartenir au monde de la céramique concède à ces artistes la possibilité de le (ré) interroger librement ? Ces questions font écho à ce qui est mentionné par Nathalie Heinich lorsqu'elle retrace le

processus de sélection et de délibération du Prix Duchamp[251], dont Dewar et Gicquel ont été les lauréats en 2012 : « Pour effectuer son choix, le jury se fait aider par des experts : chacun des quatre artistes sélectionnés désigne un rapporteur (critique d'art, historien d'art, commissaire d'exposition…) qui plaidera sa cause. C'est là, donc, que les choses se jouent : dans la séance d'auditions organisée pour présenter au jury le travail de chacun des prétendants au titre[252] ». Au-delà du rôle déterminant de l'œil expert, reconnu et légitimé par le milieu de l'art contemporain dans l'interprétation de la valeur de l'œuvre, Nathalie Heinich accentue l'implication des intermédiaires dans la structuration de ces mondes et l'attribution de la valeur aux œuvres dans leur articulation des valeurs des régimes artisanale et artistique dans l'art contemporain. Le discours sur l'œuvre présentée par Dewar et Gicquel, — une sculpture monumentale en grès noir intitulé « Gisant » (représentant un plongeur avec ses palmes) —, n'hésite pas à mettre en relief le statut de « sculpteurs » et d'« artistes » faisant appel « à des matériaux issus de l'artisanat[253] » et dont la particularité est qu'elle a été faite par les artistes eux-mêmes et non par des collaborateurs (techniciens, artisans, etc.). Par ailleurs, dans le catalogue du Prix Duchamp 2012, on lit : « Le choix des sujets et des matériaux renvoient à la sphère des "passions ordinaires" : la sculpture sur bois ou sur pierre, le macramé, la tapisserie, la céramique, la sculpture de plein air, mais aussi les animations GIF, une technologie d'imagerie numérique primaire[254] ». Le travail manuel pour la réalisation des pièces est donc un premier élément dépassant les attentes, du fait qu'ils approchent, le temps de la réalisation de leur œuvre, le régime artisanal sans s'extraire du régime artistique contemporain auquel ils appartiennent. En deuxième lieu, signifier le choix de l'argile comme matière principale suggère que la terre (et par extension la céramique) appartient à la catégorie de matériaux de l'artisanat. C'est donc à travers cette articulation même, où se déjouent la place de la matière et la valeur du travail manuel

[251] Crée en 2000 par l'ADIAF (Association pour la diffusion internationale de l'art français), une association constitué principalement par de collectionneurs d'art contemporain, le Prix Duchamp a pour objectif de distinguer un artiste plasticien et visuel français ou résidant en France (installation, vidéo, peinture, photographie, sculpture), « représentatif de sa génération ». Les adhérents proposent des noms d'artistes dont le travail leur semble intéressant et devant produire une œuvre qui sera exposée dans le cadre de la FIAC (Foire internationale d'art contemporain) se déroulant à Paris.

[252] N. Heinich, Le paradigme de l'art contemporain, op. cit., p. 10.

[253] Ibid.

[254] Daniel Dewar et Grégory Gicquel, *Le Hall: Daniel Dewar et Grégory Gicquel*, Paris, Centre Pompidou, 2013, 60 p.

chez l'artiste contemporain, que se construit la valeur de l'œuvre. Aussi, la notion de « passions ordinaires » renvoie à la pensée de Michel de Certeau, et particulièrement à son œuvre « L'invention du quotidien ; arts de faire[255] » où se rapprochent les symboles de la créativité des pratiques quotidiennes des individus ordinaires en opposition aux artistes et autres grandes figures. Ce rapprochement entre art contemporain et culture populaire par le biais de la céramique, oppose la proposition artistique « ordinaire » d'un art institutionnel. Il s'agit de soulever un modèle de résistance culturelle et artistique qui trace de nouveaux contours entre créativité, innovation et pratiques quotidiennes. *A priori* ordinaires, ces activités sont ici dotées — au titre du sujet ainsi que de l'ouvrage monumental réalisé par les artistes eux-mêmes —, de nouvelles significations lesquelles contribuent à positionner le travail à la limite de l'art populaire, dans le rang d'art. Lorsque la plaidante du duo annonce que l'œuvre de Dewar et Gicquel est « un art résolument populaire, pas parce qu'il plaît à tout le monde, mais parce qu'il est généreux au niveau du sens[256] », se déploie une stratégie discursive déjouant la norme. Celle-ci met à l'épreuve la grammaire de l'art contemporain en assumant pleinement le croisement des régimes artistique et artisanal. Loin du risque d'amoindrissement dans l'échelle de la légitimité artistique, cette stratégie vise à accroître sa valeur. Il devient ainsi possible de voir en cette grammaire un jeu sémantique où l'ennoblissement artistique opère, de manière réciproque : l'artisanat donne de la valeur à l'art et l'art contemporain contribue à ennoblir l'artisanat. Si bien, il existe profusion d'exemples mettant en œuvre ce double jeu sémantique entre les sens de la matière et les représentations sociales de la céramique, cette dialectique demeure cependant — et nous le verrons tout au long de ce travail — minoritaire. Louise Hindsgavl joue aussi avec les rapports entre les matières, les disciplines et leurs représentations. Son œuvre met en avant le contraste entre les représentations de la « belle » porcelaine blanche[257] et le traitement contemporain de la matière. L'œuvre « *Feeling in love* » rappelle de loin les figurines décoratives en porcelaine par la couleur et la finesse de la manufacture, mais déroute de près par la violence de la scène et son sujet. Carole Andréani écrivait dans un

[255] Michel de Certeau et Pierre Mayol, L'invention du quotidien, Paris, France, Gallimard, 1990, vol. 2/, 415 p.

[256] N. Heinich, Le paradigme de l'art contemporain, op. cit., p. 10.

[257] La porcelaine est une matière dont la production est généralement associée aux services de table d'une élite bourgeoise.

article pour la Revue de la Céramique et du Verre, à l'occasion d'une exposition de l'artiste à la galerie Nec : « Après un demi-siècle de rejet et d'oubli, la figurine de porcelaine, narrative, allégorique, nous reviennent de pleine-forme. Louise Hindsgavl en fait son terrain d'expression avec des sculptures de haute voltige s'inscrivant avec brio dans la tradition des créatures mi-hommes mi-animaux où le plaisir du bel objet se combine à celui d'une ironique perversion. (…) Si l'explication de détail nous échappe, le sens global est clair, et la sémantique de l'objet tout autant : luxe et misère, tragédie et aveuglement, obscénité, mais absence de culpabilité. Le tout dans un style de genre baroque sophistiqué[258] » L'œuvre de cette artiste danoise s'inscrit dans un décalage entre le lien irréductible de la porcelaine et ce qu'elle représente. En effet, il s'agit là d'un détournement sémantique, non pas sur l'objet (comme dans le courant du *ready-made)*, mais sur l'association d'une matière à sa production, au sens qui lui est socialement accordé : celui du bibelot, d'un objet décoratif.

Image. Louise Hindsgavl, *Feeling love*, 2006. www.louisehindsgavl.dk (cl. Courtoisie de l'artiste, 2014)

[258] Carole Andréani, « Louise Hindsgavl, Sade et Newton en cavale », *La revue de la céramique et du verre*, Mai-Juin 2012, n° 184, p. 58-61.

3. Un deuxième « retour aux sources » ?

Choisir la terre équivaut également à un « retour aux sources ». Mais ce phénomène n'est pas nouveau. Les sociétés ont toujours admiré et repris des éléments de son histoire passée. Pour la céramique, il s'agirait donc d'une deuxième vague du « retour aux sources ». La première vague correspond au moment du développement de la céramique d'art vers les années 70, moment où des artistes partaient dans les campagnes pour s'y installer, monter un atelier. A cette époque s'organisaient les premiers marchés potiers, se créaient les premières associations, les premières revues, etc., : se construisaient les normes de l'identité culturelle. Aujourd'hui, l'explication à ce phénomène s'accorde à cette époque passée. L'expérience de Valentine, étudiante de la section céramique de l'École d'Arts visuels de la Cambre à Bruxelles, le montre bien. Sa décision de se former à la céramique part d'un « besoin » de s'engager dans une pratique manuelle et s'articule à un attrait pour la matière et ses possibilités plastiques : « J'ai découvert la céramique à un moment donné où j'avais besoin de travailler avec mes mains. (…) Et le travail de la terre permet une infinité de choses. C'est une des rares matières où on peut venir rajouter ou enlever des choses sans avoir besoin d'autre chose que de la terre et de l'eau... c'est très modelable. C'est pas facile, mais c'est assez intuitif[259] ». En évoquant la notion de difficulté, Valentine fait référence aux questions techniques, mais renvoie en même temps à la dimension socioéconomique des milieux artistiques. Valentine confiait que le choix d'intégrer une formation de céramiste, après trois ans d'école d'architecture, avait été difficile à accepter par sa famille et son entourage : « Quand je dis que je fais une école de céramique on me demande : et concrètement, tu vas faire quoi dans la vie ? Tu vas vivre de quoi ? En fait, ils n'osent pas trop poser des questions parce qu'ils sont gênés ». Cette affirmation fait écho à ce que Bourdieu qualifiait d'activités mues par l'« intérêt au désintéressement[260] » et s'explique par le caractère vocationnel de l'activité, engageant l'individu dans l'exercice d'une passion. Si ces nouveaux entrants dans le milieu de la céramique ont pleinement conscience de la difficulté de

[259] Enquête de terrain, 2014

[260] Pierre Bourdieu, Raisons pratiques: sur la théorie de l'action, Paris, France, Éd. du Seuil, 1994, 251 p.

vivre de son art, ils s'engagent dans cette voie dans une quête d'autres formes de reconnaissance, moins portées sur l'aspect financier, mais de l'excellence technique, l'originalité, l'admiration provoquée chez le public et surtout chez leurs pairs, comme l'expliquent Flora Bajard et Marc Perrenaud. La satisfaction du travail manuel des artisans d'art dépasse le cadre économique, mais est « liée à l'efficacité, la justesse, l'exactitude des techniques et des savoir-faire ainsi que des outils qui sont les supports de leur mise en application. Être un "bon" voire être un "grand" chez ces professionnels, c'est témoigner de sa maîtrise voire de son excellence dans le travail d'un matériau[261] ». Mais le choix professionnel de Valentine repose avant tout sur le désir de rompre avec les modes de vie *« mainstream »* de la société actuelle, dont elle se dit en désaccord à travers par exemple la notion d'authenticité : « De manière générale, je pense qu'il y a une envie de retour vers l'authenticité ; que ce soit pour acheter ses tomates bio ou pour le fait-main… et en France le « Made in France » ». Faut-il voir ces changements comme des révolutions artistiques ? Ou bien, s'agit-il de repositionnements des modèles de consommation qui n'échappent pas à l'époque néolibérale et leurs stratégies ? Le regain d'intérêt pour une discipline artistique auparavant délaissée est indéniablement multifactoriel. Si ce « retour vers l'authentique » s'impose comme un retour vers le passé, ces tendances sociales sont opérationnelles sur différents plans tels que la mode, la musique, le style de vie, etc. C'est dans ce contexte que l'objet céramique constitue un attrait : un symbole de l'intemporel, le fait main et la préservation d'une tradition, parmi d'autres éléments caractéristiques de certains phénomènes sociaux actuels. En effet, le contexte social global observe d'importantes mutations en analogie avec la réapparition de la céramique au sein de la scène artistique. Par exemple, la « révolution rétro » ou la « mode vintage » s'inscrivent dans cette perspective nostalgique du passé et se caractérisent par l'importation de tendances, de goûts et des canons d'une époque passée. Coralie Gardet, désigne comme « vintage » un objet ; vêtement, accessoire ou mobilier, etc., « datant de plusieurs décennies et remis au goût du jour. Le vintage est donc une récupération authentique de l'ancien, retravaillé. L'objet rétro peut, lui, n'être que dans l'imitation et neuf dans sa fabrication[262] ». Le phénomène rétro

[261] F. Bajard et M. Perrenoud, « « Ça n'a pas de prix » », art cit.

[262] Coralie Gardet, « Les enjeux sociaux et communicationnels du phénomène rétro », 27 juin 2013, p. 78.

retranscrit ainsi cette fascination pour un autre temps, l'expression d'une aspiration à un retour aux sources. Les individus inscrits dans cette culture de vie, pensent échapper à la société de l'hyperconsommation, en passant par de canaux alternatifs tels que les vide-greniers, les ventes aux enchères, les friperies, etc. Pour Valentine, comme pour d'autres, investir le monde de la terre agit également dans le sens d'un engagement plus global et collectif : « Je pense qu'il y a en ce moment une volonté de revenir aux sources pour essayer d'atténuer tous les désastres qu'on a pu faire en allant vers une consommation de masse et pas du tout contrôlée ». Le sens donné à l'activité rejoint de fait la mise en œuvre d'une éthique où l'activité n'est pas « un simple accomplissement individuel, mais où elle remplit une fonction sociale pour le bien collectif[263] ». Ainsi, en plus des dispositions sociales et culturelles observées chez ces individus, la quête de bonheur trouve son sens dans l'accomplissement d'un projet de vie dont l'activité artistique en est l'une des composantes. Dans son article « Vintage : c'était mieux avant », Céline Bagault place cette tendance dans une dialectique où « le passé est perçu comme un grenier merveilleux dans lequel on peut dénicher, si l'on cherche bien, objets de qualité, savoir-faire et savoir-vivre[264] ». Au même titre que les amateurs des objets prennent du plaisir de chiner dans les marchés aux puces, comme le faisaient les surréalistes « en quête de ces objets qu'on ne trouve nulle part ailleurs, démodés, fragmentés, inutilisables, presque incompréhensibles, pervers enfin au sens où je l'entends et où je l'aime[265] », la céramique intéresse parce qu'elle porte les signes de l'intemporalité. Ils recherchent dans ces *objets perdus*, la valeur du mystère, l'histoire d'une autre époque et les regardent comme les témoignages d'un passé réinventé. Ce retour de la céramique dans l'art contemporain recouvre ainsi des valeurs symboliques et matérielles portées par la nostalgie du passé, le matériau renvoyant à un métier manuel fortement marqué par une dimension patrimoniale de par son inscription dans la vie des hommes et des femmes.

[263] F. Bajard et M. Perrenoud, « « Ça n'a pas de prix » », art cit.

[264] Céline Bagault, Vintage : c'était mieux avant, http://www.scienceshumaines.com/vintage-c-etait-mieux-avant_fr_28585.html , 2013, (consulté le 7 septembre 2015).

[265] André Breton, Nadja, Paris, France, Le Livre de Poche, 1964, p. 62.

4. Croiser les langages, relancer les débats

À l'instar des discours émis par ces artistes, l'évolution de la céramique au prisme de l'art contemporain ne fait pas l'unanimité. Cela s'articule, tout comme pour les autres disciplines artistiques, aux transformations sociales, comme l'avance Sylvia Girel à propos des débats autour de la définition de l'art contemporain et son caractère controversé :

> « L'art contemporain suscite des polémiques et fait l'objet de débats entre les professionnels de l'art, les intellectuels, les sociologues ou encore les « simples » spectateurs. […] Ce débat n'est ni nouveau ni récent, chaque époque est l'occasion de discussions autour de la création contemporaine, les recherches historiques ou sociologiques permettent par la suite de mesurer l'ampleur des débats et de repérer des moments plus critiques que d'autres[266] »

Le développement des nouvelles technologies, la diversification de supports, la transdisciplinarité artistique, sont quelques aspects faisant aussi évoluer la céramique et avec elle, ses représentations et discours. Son adaptation aux basculements sociaux et techniques s'annonce comme une des conditions de sa survie[267]. Parmi la multiplicité de mouvements et tendances de l'art contemporain se trouve la céramique. Avec elle, des croisements disciplinaires et matières donnant de nouvelles esthétiques, comme c'est le cas des performances faites avec et autour de la céramique. Valérie Delarue présentait en 2010 une performance intitulée « Le corps au travail » où elle dansait nue dans une chambre aux murs d'argile fraîche.

[266] Sylvia Girel, La scène artistique marseillaise des années 90: une sociologie des arts visuels contemporains, Paris, France, 2003, p. 25.

[267] Les imprimantes 3D par exemple, constituent un outil suscitant beaucoup de crainte mais aussi de la curiosité chez les céramistes. Certains, au lieu de la considérer comme un danger pour leur métier, voient en elle un outil aux potentiels intéressants. Une nouvelle technologie qui peut être mise à contribution pour développer de nouvelles techniques, formes et esthétiques.

Image. Vidéo-performance "Corps au travail", Valérie Delarue, Moulin de la manufacture de Sèvres Juin 2010. Photo et vidéo : Manuel Flèche, Pierre Grolleau.

Sa démarche consistait à placer le corps comme un outil et l'espace comme le réceptacle du geste artistique.

> « J'avais envie de montrer le corps nu dans son rapport et son contact direct et sans tabou avec l'argile, le mouvement libre de ce corps cherchant un défoulement. Cette chorégraphie, mi-instinctive mi-méditée, des déplacements de mon corps dans un espace d'argile vise à la mise en valeur du geste créateur. Elle est pour moi métaphore de l'implication totale de l'artiste dans sa création. Mon corps devient un « outil » tout entier en jeu, de la pointe de mes pieds jusqu'aux terminaisons de mes cheveux[268] »

La pièce « Paso doble », une création de l'artiste espagnol Miquel Barceló et le chorégraphe français d'origine yougoslave Josef Nadj, présentée au Festival d'Avignon en 2006, procède dans un sens semblable. La scène était recouverte entièrement d'argile rouge. Pendant une heure, l'artiste et le chorégraphe utilisent leurs corps pour tracer l'argile et triturer la terre, à l'aide de quelques instruments tels

[268] Source : Site web Valérie Delarue - http://vdelarue.free.fr/video-performances/video-performances.htm - Consulté en novembre 2015

que de bâtons, pierres, comme s'il s'agissait d'un grand tableau : « Les deux protagonistes utilisent diversement mur d'argile et accessoires : comme s'il s'agissait d'une surface où dessiner et écrire, ou d'une pâte à modeler, ou encore d'une matière au moyen de laquelle, une fois celle-ci sculptée, on couvre et on prolonge son propre corps en lui donnant masques ou appendices parfois empruntés au registre animalier, ou enfin d'un refuge intime où l'on finit par s'engouffrer[269] ». Pour Paul Ardenne, l'argile c'est de la peinture. L'historien de l'art n'hésite pas à rapprocher la matière du corps, procédé discursif fréquemment employé par Johan Creten et d'autres artistes, céramistes : « J'ai remarqué aussi que le son de l'argile est très proche de celui de la chaire. Comme le corps, l'argile garde la mémoire de chaque geste, qu'il s'agisse d'une caresse ou coup de poing ». En établissant des connexions, entre la performance dans l'art contemporain et les rituels, et préfère qualifier l'œuvre de représentation plutôt que de performance, puisqu'elle a été donnée à voir à plusieurs reprises. La difficulté de la définition de l'œuvre tient ainsi de son croisement disciplinaire, de son analyse matérielle et de son ouverture sur d'autres arènes de l'ordre du sensible :

> « Quand bien même les intervenants, ici, souhaiteraient rester propres, ils ne le peuvent pas, l'argile colle à leurs doigts, à leurs chaussures, à leurs vêtements – à leur esprit, sans doute aussi. Matière physique et matière métaphysique d'un même allant, l'argile semble parée de vertus sensuelles, mais aussi intellectuelles. Avec ce matériau, les protagonistes engagent un dialogue médité, matériau dont ils se servent comme d'un médium dans toutes les acceptions de ce terme – ce au moyen de quoi l'on fixe des représentations ; ce qui rend propice l'expression d'une certaine vérité mise dans les figures ou dont celles-ci seraient porteuses[270] »

Le rapprochement de « Paso doble » avec le registre du rituel vient confronter la création performatique et plastique aux rites intégrant la terre que l'on retrouve dans diverses civilisations du monde (les Asoros d'Océanie, les Mitsoubori au Japon, etc.). Cette approche par le rituel religieux renvoie à la construction d'un mythologie de la

[269] Paul Ardenne et Miquel Barceló, « A propos de Paso Doble, présentation et extraits de la vidéo-performance » dans Les actes de colloques en ligne du musée du quai Branly, s.l., Musée du quai Branly (département de la recherche et de l'enseignement), 2009, .

[270] Ibid.

céramique, comme l'une des composantes de sa valeur patrimoniale. À travers l'analogie avec le rituel, l'œuvre saisit la vocation religieuse de la matière et la transpose sur la scène artistique. Cette œuvre se lit donc aussi bien sous le prisme de la performance artistique « au registre matière-recouvrement corporel et fusion avec la matière[271] » (multipliés dans les années 70), que de celui de la céramique d'art contemporain, puisque le rapport à la culture céramique demeure implicite. Ainsi que ces artistes investissant le terrain de la céramique (et/ou ces céramistes investissant le terrain de l'art contemporain) le montrent, les croisements entre deux cultures artistiques soulèvent le basculement entre deux paradigmes artistiques différentiels sans que l'un n'annule l'autre. La céramique d'art contemporain articule les codes de l'artisanat d'art en même temps qu'elle emploie des stratégies et langages de l'art contemporain. Et si cette opération ne repose pas sur une dichotomie aussi nette, c'est parce qu'elle dévoile au contraire, de nombreuses nuances. Par exemple, certains artistes manifestent leur adhésion aux normes et éthiques de la « culture et la tradition céramique » à travers une revendication du caractère « utilitaire » des objets. Si bien, la fonctionnalité a été un argument de déclassement de la catégorie d'art vers la catégorie « d'arts de la table », « arts décoratifs », « artisanat », aujourd'hui, le design et art contemporain ne se distinguent pas si facilement. En effet, pour certains artistes la fonctionnalité devient un vecteur de valorisation et un élément réformateur. Oscillant entre revendication de la part artisanale, et refus des hiérarchies et catégories historiquement instituées, la céramique contemporaine joue sur un effet de contre-courant et se proclame l'espace de luttes, d'un contre-pouvoir face aux diktats de l'art. Le bol est assez emblématique de la question. D'une part, la fonctionnalité de l'objet remet en cause le statut d'œuvre d'art, d'autre part, la pratique de tournage, dont il est souvent le résultat, demande un processus d'apprentissage ardu et pour de nombreux céramistes la réalisation de bols constitue une production « alimentaire » à côté de la création. De plus, le « tour » s'affirme comme un symbole fort du monde potier. C'est à partir de ces percepts que le bol est aujourd'hui réfléchi à partir d'une autre approche créatrice qui le déconstruit d'abord, pour en reconstruire ensuite sa valeur.

[271] Ibid.

Image. Gustavo Perez. Exposition « Obra reciente » Palais de Beaux Arts, Mexique

4.1 L'empreinte du contexte

En 2003, l'artiste anglais Grayson Perry gagnait le Prix Turner avec ses vases en céramique. Cette reconnaissance est un prix d'art contemporain créé en 1984 pour célébrer le développement de l'art contemporain en Angleterre. Il est décerné chaque année à un artiste britannique de moins de cinquante ans pour une exposition exceptionnelle ou d'autres présentations de son travail au cours des douze mois précédents[272]. L'attribution de ce prix à cet artiste céramiste en 2003 est devenue un symbole fort de la reconnaissance de la céramique en tant qu'art contemporain. L'œuvre de Grayson Perry s'analyse sous l'angle de la transgression des normes et se rapporte encore une fois, mais sur d'autres logiques, à ce que Nathalie Heinich désigne « l'expérience des limites ». En effet, dans l'art contemporain, les artistes cherchent à repousser les frontières de ce qu'est l'œuvre, et donc l'art. Grayson Perry a su en faire pleinement l'expérience : il fait de nombreuses apparitions publiques "travesti'' dans la figure de Claire, son alter ego. Il dessine dans des grands vases en céramique des histoires autour de sujets fortement chargés tels que la pédophilie, l'homophobie, la violence de genre, etc. C'est en cela qu'il accorde à la céramique la place de support d'une œuvre picturale et conceptuelle, plutôt qu'une proposition spécifiquement céramique.

[272] Source : http://www.tate.org.uk

Image. Grayson Perry et son alter ego Claire à côté d'un vase en céramique. 2015

Pour Frédéric Bodet, la consécration de cet artiste repose avant tout sur son langage artistique controversé ainsi que sur le contexte social dans lequel son œuvre s'inscrit. Il s'agit pour lui de la construction d'un discours "stratégique'' qu'il personnifie :

> « C'est aussi lié au pays, car en Angleterre il y a un intérêt pour les Crafts très important, au point que Grayson Perry, qui est un artiste d'art contemporain, qui n'est pas un céramiste au départ — il a fait une école d'art —, a senti qu'il serait meilleur en peignant sur la céramique qu'en peignant sur des toiles. Il a peint sur des toiles au départ. Et son idée sans doute était que son œuvre polémique et engagée, sur des sujets sur le genre, sur la sexualité, sur la politique, sur la violence, aurait plus de force sur un pot que sur une toile. Il a fait la part engagée de choisir un support qui était annexé, sur lequel il serait le seul à parler de cette manière là. Et le fait qu'en plus il se transforme physiquement — il est deux personnages... — il a construit quelque chose qui attire, qui donne accès à son travail. Qui donne une grande qualité plastique. Il y a une construction d'un personnage[273] »

Effectivement, la construction du personnage de Claire chez Grayson Perry est intrinsèquement liée à son œuvre. Elle suppose un phénomène d'intégration du contexte dans l'art contemporain. En introduisant le « monde ordinaire à l'intérieur du monde de l'art[274] », Grayson Perry opère aussi sous une forme *d'hétéronomisation* de l'art. Lorsque la publicisation de sa vie intime s'articule à sa vie d'artiste, et son

[273] Entretien, Enquête de terrain 2014

[274] N. Heinich, Le paradigme de l'art contemporain, op. cit., p. 116.

engagement politique et social (explicité par le changement de sexe), son œuvre se nourrit par divers éléments périphériques. Il s'agit ici d'une des modalités fondamentales de la mise à l'épreuve des limites du paradigme de l'art contemporain. L'extension de la notion d'œuvre (et de la notion d'activité artistique) contemple l'intégration des activités périphériques : l'idée de l'œuvre, l'intention de l'artiste, son contexte d'exposition, le temps et la perception, etc., et attribue de nouveaux paramètres contextuels à l'œuvre au-delà de l'objet. Selon Heinich, ce processus, allant de l'engagement à l'hétéronomie de l'art, montre bien la ligne de partage entre le paradigme moderne et le paradigme contemporain :

> « Le clivage entre autonomie et hétéronomie de l'art, régime d'indépendance artistique et régime de dépendance envers le contexte, s'ajoute aux autres propriétés de l'art contemporain pour en rendre l'appréciation et la compréhension particulièrement ardues pour les tenants du paradigme moderne[275] »

La présence de la céramique dans ce travail artistique opère pour la dénonciation des diktats du paradigme de l'art contemporain. Et le regain d'intérêt de l'art contemporain pour la céramique rejoint paradoxalement ce besoin d'inventivité. La céramique contemporaine sert à transgresser les codes du paradigme contemporain. Si l'art contemporain se caractérise par son aspect libéré concernant l'usage des matières : sang, excréments, ordures, vide, cadavres, etc., celui-ci serait parvenu au stade où le besoin d'innovation opère dans le sens inverse, c'est à dire dans un « retour aux sources », vers ce qui avait été écarté pendant des décennies du monde artistique contemporain : la céramique, le verre, la gravure, le textile, etc. Et c'est à travers l'application de savoir-faire, par la réaffirmation de l'objet, la matérialité, la fonctionnalité des objets, que certains artistes aspirent à contester les orientations dominantes de l'art.

[275] Ibid., p. 129.

4.2 Exposer l'atelier du céramiste : une stratégie de contestation ?

En obtenant une reconnaissance réservée jusqu'alors aux artistes travaillant sur d'autres médiums, Grayson Perry est apparu, au long de l'enquête, comme étant un des représentants ayant contribué le plus au gommage des frontières entre les régimes de l'art et de l'artisanat et le rapprochement entre céramique et art contemporain. Il est désigné en tant qu'artiste céramiste par le monde de l'art contemporain et artiste plasticien par le monde de la céramique. Sa forte médiatisation et sa légitimation au sein du groupe des céramistes, introduit un regard réflexif au sein d'un dispositif médiatique mettant en valeur le modèle de l'atelier, comme un espace où s'exercent les normes du métier (la création, la recherche, la routine, l'expérimentation). À travers l'exposition du processus de création, se construit la valeur sociale de la figure de l'artiste, se met en scène l'univers intime du créateur, des savoir-faire éminemment manuels et techniques, rendant effective l'intention de médiation de l'héritage de la culture céramique chez l'artiste.

Les vidéos de l'atelier d'artistes contemporains utilisant la céramique comme Grayson Perry ou Johan Creten, que sont des dispositifs de médiation numérique mettant en scène cette « culture de métier » et donnent à lire les propriétés de ce croisement entre deux mondes. La visite virtuelle de l'atelier de Grayson Perry[276] diffusée le 4 octobre 2011 par la chaîne YouTube de la Tate[277] et partagée dans les réseaux sociaux par de nombreux usagers, en offre un bel exemple. La mise en exposition de l'atelier s'offre comme un dispositif de communication institutionnelle du processus de création de l'artiste en même temps qu'elle fait la médiation culturelle du monde de la céramique. Elle met en lumière l'espace de travail, avec ses divers équipements et matériaux, à l'image d'un véritable laboratoire d'expérimentation avec la matière il serait comparable à celui d'un chimiste.

[276] Source : https://www.youtube.com/watch?v=_Yboc75WufE - Consulté le 17 septembre 2015

[277] Organisation de musées britanniques : Tate modern, Tate Britain, Tate Liverpool, Tate St Ives. URL : http://www.tate.org.uk

Parmi les dossiers pédagogiques proposés par le site du Centre Pompidou, se trouve « L'atelier de l'artiste contemporain » lequel retrace par quelques exemples la conceptualisation de l'atelier et ses changements de fonction. Il montre combien ce lieu destiné à la production adopte dans l'actualité une fonction couramment attribuée au musée (le lieu où l'on voit) : combien ce lieu « privé » devient « public ». Daniel Buren le nomme la « gare de triage[278] » puisque « l'atelier joue donc le rôle de lieu de production d'une part, de lieu d'attente d'autre part, et enfin – si tout va bien – de diffusion. C'est alors une gare de triage ». En montrant à la fois, l'univers de l'artiste dans les coulisses de son activité, la vidéo, capte l'artiste à l'œuvre : se met en scène un lieu intime par excellence, laissant pénétrer le public dans le scénario intimiste du travail de l'artiste. Il s'opère ainsi un procédé de conceptualisation de l'atelier :

> « L'atelier fait pénétrer le spectateur dans l'univers secret de la création : en découvrant ces lieux, il se glisse dans l'intimité de l'artiste et de ses œuvres. Cet intérêt du public pour les coulisses de la création, certains artistes contemporains le thématisent et l'intègrent à leur démarche ou posture artistique. Ainsi, la *Factory* d'Andy Warhol, dont les photos sont largement diffusées, participe pleinement du

[278] Vanessa Morisset, « L'atelier de l'artiste contemporain (Dossier pédagogique) » dans , s.l., Centre Pompidou, Direction de l'action éducative et des publics, 2007, . URL : http://mediation.centrepompidou.fr/education/ressources/ENS-atelier-artiste-contemporain/ENS-atelier-artiste-contemporain.html#texte

> mythe que l'artiste new-yorkais fait naître autour de sa personnalité. Clas Oldenburg, au début des années 60, installe son atelier dans une arrière-boutique où on peut le voir fabriquer ce qu'il met directement en vitrine l'instant d'après. (…) À travers ces initiatives, l'atelier se vide progressivement de sa matérialité en tant que lieu de production pour devenir un sujet d'interrogation sur les conditions d'apparition de l'art. L'atelier se "conceptualise[279]" »

Visiter l'atelier d'un peintre, d'un sculpteur ou d'un artiste a longtemps été une pratique réservée aux collectionneurs, marchands, amateurs et autres acteurs experts. L'exposition de l'atelier en direction des publics plus larges est à relier au développement de la médiation en tant que vecteur de la démocratisation culturelle et de l'art. La visite de l'atelier du céramiste a été néanmoins, bien avant que pour d'autres disciplines, un dispositif fréquent et répandu puisque la vente des objets dans la boutique-atelier du céramiste étant une pratique commune (nous y reviendrons dans la partie suivante consacrée aux marchés et aux espaces de diffusion). Les commentaires publiés par les internautes à propos de cette vidéo sont empreints d'une forte approbation de la vidéo comme une possibilité d'accéder à ce lieu singulier. Un utilisateur écrivait par exemple : « Grayson devrait être le porte-parole de l'art en Angleterre. Sa céramique est moins prétentieuse que l'art contemporain et elle aide à démystifier l'art[280] ». Si la visite l'atelier, apporte à la démystification de la figure de l'artiste en génie ; que vient modifier l'usage du dispositif numérique ? En quoi l'atelier exposé réduit-il la distance entre l'artiste et son public ? Parvient-il à modifier les rapports à la création contemporaine ? à la céramique ? L'exposition de cet espace considéré comme « intime » contribue en fait à « l'intégration du contexte » dans l'art contemporain. La visite de l'atelier constitue en ce sens un prolongement de l'exposition, puisqu'elle s'offre comme une médiation du contexte et permet aux publics d'établir de nouveaux rapports avec l'arrière-décor de la création. Ce lien entre l'univers empirique de l'atelier et sa mise en exposition par l'outil audiovisuel montre le partage des conventions entre la culture de métier et l'art contemporain à travers l'usage des nouvelles technologies (signe de l'innovation). Aussi, le croisement des normes et éthiques diverses nuance les préceptes d'une rupture entre

[279] *Ibid.*

[280] Source : https://www.youtube.com/watch?v=_Yboc75WufE - Consulté le 17 septembre 2015

le régime de la communauté artisanale de la céramique et le régime singularisant de l'artiste contemporain. Il agrémente l'inscription de la céramique au sein de l'art contemporain et participe de sa nouvelle codification. D'autres expériences liées à l'exposition de l'atelier de l'artiste constituent aussi un vecteur de valorisation du milieu de la céramique. Johan Creten dispose d'un atelier personnel alors qu'il effectue de nombreuses résidences d'artiste à travers le monde[281]. La galerie Perrotin, qui le représente, met en ligne[282] une vidéo de l'artiste dans son atelier lors qu'il préparait une exposition à Hong Kong en 2014. L'atelier se trouve aux Pays-Bas. Il vit à Paris.

Image. Johan Creten dans son atelier, Pays-Bas. Vidéo, Galerie Perrotin, 2014

Dans la vidéo, diverses images mettent en scène le lieu de travail : échantillons, formules des émaux, outils, certaines pièces en train d'être montées... Elle expose le processus de création au cœur du lieu de création (l'atelier) et communique son appartenance au monde de la céramique. En effet, en partageant avec le spectateur sa vie d'atelier, il met en avant aussi le rapport privilégié qu'il entretient avec la matière et le milieu : « Le matin je prends le train et viens ici pour être seul avec la terre (…). La plupart des pièces commencent par un petit morceau d'argile pressé et prennent

[281] Sur le site Profilculture une offre de stage pour le poste d'assistant d'artiste » a été publié. Dans la description où lit : « Longtemps appelé "The Clay Gipsy" pour ses ateliers nomades, il travaille tout autour du monde de La Haye à New York et de Miami à Mexico ». URL : http://www.profilculture.com/mobile/annonce/atelier-127510.html (Consulté le 16 novembre 2015)

[282] Source : site web de la galerie Perrotin. URL : https://www.perrotin.com/video-Johan_Creten-552.html (Consulté le 14 septembre 2015)

ensuite différentes tailles et formes[283] ». Le temps passé dans ce lieu est aussi le signe de l'acceptation des tâches que le métier comporte. Dans la vidéo, Johan Creten explicite l'importance de la routine quotidienne dans son travail artistique lorsqu'il dit presser de morceaux d'argile jusque que l'œuvre atteigne la taille et la forme désirée : il communique le déroulement d'un processus composé par un ensemble de gestes répétitifs caractéristiques du travail d'artisan. L'enquête menée par Anne Jourdain explique la forte implication dans le travail des artisans d'art —50 heures par semaine en moyenne — par le fait qu'ils sont nombreux à affirmer que leur activité relève plus d'une passion que d'un métier. Anne Jourdain souligne l'importance de ces opérations routinières ainsi : « Si les routines du métier sont consubstantielles au travail de reproduction qui suppose l'incorporation d'un savoir-faire technique appliqué à un matériau, elles constituent aussi des supports essentiels du processus de création[284] ». À travers l'observation d'ateliers d'artisans d'art ainsi que d'ateliers de plasticiens, sculpteurs, peintres, etc., Jourdain « entreprend de démystifier la conception romantique de la création comme intuition fulgurante en montrant que celle-ci est prise dans de multiples routines[285] ». Cela est surtout visible au moment de mettre au point une argile, une couleur, un émail, une texture, une cuisson, etc. Le savoir-faire technique se transforme en une condition de la création et de l'innovation artistique : « La technicité, inscrite dans les routines de métier, autorise paradoxalement l'artisan d'art à entretenir un rapport plus libre vis-à-vis des contraintes techniques[286] ». C'est donc dans la maîtrise du matériau que Johan Creten s'autorise l'innovation et dit anticiper le résultat malgré les contournements techniques qu'il met à l'œuvre. La possibilité d'innover dans son travail est en partie générée par un rapport plus souple avec le matériau. Sur ce sujet, Anne Jourdain s'interroge donc si ces gestes peuvent être comparés à l'application de

[283] Traduit de l'anglais : « In the morning I take the train and come to this place to be alone with the clay. (…) musts of the pieces start of little squeezes in clay and then they take different sizes and shapes until I think there are done. I think in Chine my sculptures will be looked in a very different light. I think people in Chine will understand why I choose Clay to made this sculptures. They have an enormous tradition and I find myself very small compared to that incredible knowledge that people have in Chine. But I think that I can add my sensibility of European history to this amazing thing that is fire and clay ». Source : site web de la galerie Perrotin. URL : https://www.perrotin.com/video-Johan_Creten-552.html (Consulté le 14 septembre 2015)

[284] A. Jourdain, Du coeur à l'ouvrage. Les artisans d'art en France, op. cit., p. 167.

[285] Ibid.

[286] Ibid., p. 169.

« conventions », notion définie par Howard Becker comme permettant « d'organiser la coopération entre certains de ses participants, chaque monde de l'art recourt à des conventions connues de tous, ou presque tous les individus pleinement intégrés à la société dans laquelle il s'insère[287] ». Pour Jourdain, la convention s'intègre dans la routine, et non l'inverse comme l'indique Becker. Il faut donc d'observer les gestes de la routinisation comme une procédure de renouvellement de la création et de la créativité. Et ce, non plus comme des automatismes, mais comme des schèmes d'action volontairement mis en œuvre (comme dans le cadre d'un rituel) qui s'instaure en planification du travail par périodes : création – recherche — production. Dans ces périodes, divers dispositifs viennent en aide et agissent en catalyseur de l'inspiration : cahier à idées, livres à recettes/formules, livres d'art, revues spécialisées, etc. Certains créateurs considèrent que « leur créativité est favorisée par leurs choix d'activités de loisir, telles que la visite d'une exposition ou une simple promenade dans la forêt[288] ». Anne Jourdain, livre ainsi un portrait du créateur seul dans un lieu (l'atelier) où se construisent de multiples routines allant de l'aménagement de l'espace selon un ordre efficace et adapté à l'exercice de la création (disposition du four, étagères, outils, etc.), à l'investissement d'un environnement confortable et agréable dans la durée (musique, canapé, bibliothèque, cafetière, etc.).

Depuis son atelier, Johan Creten affirme ainsi son appartenance à la communauté de la céramique. Il le fait à travers un discours de connivence avec les valeurs que nous avons analysées dans les deux chapitres précédents. Il exprime par exemple son admiration pour la place de la céramique au sein de la société chinoise : « Je pense qu'en Chine mes sculptures vont être regardées à partir d'un tout autre éclairage. Je pense que les gens en Chine vont comprendre pourquoi j'ai choisi la céramique pour faire ces sculptures. Ils ont une énorme tradition et je me trouve moi même très petit en comparaison de l'incroyable savoir que les gens ont en Chine. Mais je pense que je peux apporter ma sensibilité liée à l'histoire européenne, à cette impressionnante chose que sont le feu et l'argile ». Ce discours permet d'entrevoir plusieurs choses. La première est l'affirmation que le modèle de la céramique en Chine se situe dans un

[287] Howard Saul Becker, Les mondes de l'art, traduit par Jeanne Bouniort, Paris, France, Flammarion, impr. 2010, 2010, vol. 1/, p. 66.

[288] A. Jourdain, Du coeur à l'ouvrage. Les artisans d'art en France, op. cit., p. 177.

stade plus élevé qu'en Europe. Outre son admiration pour la culture céramique chinoise, Creten dit se sentir *« petit »* face au poids du savoir et de l'histoire culturelle chinoise. Il affiche là une des « manières d'être » caractérisant les individus constituant le groupe professionnel des céramistes d'art observés par Flora Bajard : la « modestie ». En effet, l'identité collective du céramiste est fortement marquée par la valeur de l'humilité : « Les valeurs qui caractérisent le groupe professionnel sont d'abord (…) les styles de vie (train de vie modeste, environnement rural, habitation ravaudée et simple, mais parée d'indices de disposition au cosmopolitisme et aux pratiques culturelles légitimes). Les enquêtés caractérisent ainsi leur identité collective par l'humilité sur le plan artistique, la solidarité versus l'individualisme d'autres professions artistiques comme les peintres, et la convivialité (déclinée sous des formules telles que "bons vivants", "cool", "qui aiment faire la fête"), et des orientations politiques "plutôt à gauche[289]" ». Tous ces croisements sont des micro-innovations faisant apparaître de nouvelles conventions. Dans la céramique d'art contemporain, le renouvellement de conventions prend la tournure d'un renversement du paradigme de l'art contemporain, basculant de la dématérialisation à la (ré) matérialisation de l'objet, par exemple. Autrement dit, les lignes de partage s'orientent les manières de concevoir la pratique, reconfigurant ensuite ces « mondes artistiques ».

Comme le montre Sylvia Girel, l'emploi du concept de « monde de l'art » remonte à la recherche théorique en sciences de l'art et en esthétique aux travaux d'Arthur Danto ou de Georges Dickie. C'est à Howard Becker que « l'on doit la formalisation d'une conception et d'une approche plus empirique et opératoire des « mondes de l'art ». Sa vision permet de rompre avec la vision de l'art comme « un monde à part » et l'insère dans un cadre interactionniste. Il « s'engage ainsi à comprendre l'art comme « le produit » d'une action collective », dont les acteurs partagent des présupposés communs, les conventions, qui leur permettent de coordonner ces activités efficacement et sans difficultés [290]». Ce sont les conventions, que selon Becker, fixent les limites des mondes de l'art, alors même qu'il n'existe pas de

[289] F. Bajard, Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être, op. cit., p. 394.

[290] Sylvia Girel, *Définition « Mondes de l'art » Lexique Socius*, http://ressources-socius.info/index.php/lexique, 2015.

stabilité entre les systèmes artistiques[291]. Elles permettent « d'agencer et de coordonner les activités des uns et des autres dans les mondes de l'art[292] » pour les rendre cohérents. Ces normes, règles et principes, partagés et reconnaissables, « créent un lien entre les acteurs qui se sentent appartenir au même monde. Ces conventions peuvent se transformer dans le temps selon les contextes, au gré des évolutions esthétiques, sociales, culturelles, techniques, mais parfois de manière plus radicale lors de moments critiques (par exemple, l'invention de l'expressionnisme) ou à l'occasion d'innovations (l'avènement du numérique)[293] ». Se contemplent ainsi les nouvelles esthétiques de la céramique contemporaine, lesquelles apportent à redéfinir une communauté artistique composée par de multiples sous-communautés. Et les membres d'un monde de l'art interagissent avec d'autres en adhérant et/ou en innovant. Les nouvelles conventions de la céramique d'art contemporain agissent dans le sens d'un changement d'échelles de valeurs, mais aussi de paradigme artistique. Si l'on considère la thèse développée par Nathalie Heinich sur les règles qui organisent l'art contemporain — où elle propose de passer en revue les caractéristiques structurelles de l'art contemporain —, le renversement de paradigme du monde de la céramique aurait été engagé par les céramistes d'art, repris par les artistes céramistes et enfin, réapproprié par les céramistes d'art contemporain (artistes utilisant la céramique). Selon Heinich, le paradigme de l'art contemporain est, non seulement le résultat d'une transformation ontologique de l'art, non pas chronologique[294], mais réside dans la construction d'un système dont les spécificités portent sur les limites sur les plans éthiques, juridiques, esthétiques, etc. : l'œuvre ne se trouve plus dans l'objet, s'opère une dématérialisation et une diversification de matériaux, une éphémerisation et une allographisation (de l'objet au spectacle).

[291] Parmi les critiques faites au modèle Beckérien on retrouve l'idée qu'il n'aurait pas suffisamment pris en compte les rapports de pouvoir et de domination s'exerçant entre les différents mondes de l'art. Il aurait négligé les logiques d'engagement et le caractère passionnel des relations qu'ont les membres d'un monde de l'art face à leur création, les plaçant en dehors de la quête de reconnaissance symbolique et matérielle. Pierre-Jean Benghozi soulève par exemple, la difficulté d'articuler dynamique et stabilité entre interactions d'ordre systémique : « Les modalités de cette articulation dépendent largement de la nature et du degré d'investissement que manifestent les individus à l'égard des organisations et des institutions dont ils font partie ». Dans Pierre-Jean Benghozi, « Becker Howard S., ~~Les mondes de l'art.~~ », Revue française de sociologie, 1990, vol. 31, n° 1, p. 139.

[292] S. Girel, *Définition « Mondes de l'art » Lexique Socius*, *op. cit.*

[293] *Ibid.*

[294] Nathalie Heinich développe une thèse selon laquelle l'art contemporain constitue un nouveau paradigme artistique et non pas un genre dans la chronologie de l'art : l'art classique, l'art moderne et l'art contemporain constituent des paradigmes concomitants.

L'importance des discours et des médiations grandit, de nouvelles formes d'exposer (à travers une internationalisation et le spectacle des foires d'art contemporain), de nouvelles formes de collectionner (face aux problèmes de l'immatérialité), se développent et s'observe un changement dans le rapport au temps et à l'espace, etc. Ce nouveau paradigme artistique observe selon elle, trois principales conditions du changement axiologique : d'un coté la considération des œuvres de manière collective à travers la « grammaire sous-jacente à la création artistique » (axe syntagmatique), les œuvres non pas dans leur continuité avec le passé, mais dans leur différenciation par rapport aux autres systèmes existants (l'« axe paradigmatique ») et enfin, l'abandon du discours interprétatif au profit d'une description multifactorielle (propriétés de l'objet, de ses effets et du contexte) : « Beaucoup plus qu'une question de temporalité, c'est une question de pratique artistique ainsi qu'une question axiologique, avec un système de valeurs spécifiques (…) et une question institutionnelle, organisationnelle, économique, logistique, etc.[295] ». Définie comme une « structuration générale des conceptions admises à un moment donné du temps à propos d'un domaine de l'activité humaine : non tant un modèle commun (…) qu'un socle cognitif partagé par tous[296] », la notion de paradigme illustre la construction des différents modèles. Les correspondances entre les « positions frontières » des catégorisations et dessine la situation intermédiaire de certaines pratiques artistiques. Du « paradigme dominant » aux marges de l'innovation, les processus de révolutions artistiques décrites par Heinich comme des « changements de paradigme » concordent avec le cas de la céramique d'art contemporain puisque celle-ci s'impose comme une pratique en marge des pratiques majoritaires de la céramique. Et la modification des conventions sémantiques, juridiques et économiques, produit de nouvelles représentations et critères d'évaluation de la qualité artistique, ainsi que de nouveaux rapports au temps et aux spécificités du métier, mobilisant toutefois des conventions propres au paradigme de l'art contemporain et de la céramique.

[295] N. Heinich, Le paradigme de l'art contemporain, op. cit., p. 34.

[296] *Ibid.*

5. Artistes d'art contemporain et la terre : une céramique en dehors des marges

Il convient en ce point de faire un bref détour chez ceux qui se trouvent, dans la périphérie de la céramique contemporaine (céramistes d'art, artistes céramistes et céramistes d'art contemporain) : les artistes contemporains et la céramique. Tout comme les peintres ayant investi le terrain de la céramique à un moment précis de leur carrière, apparaît un dernier groupe situé en dehors des marges de la céramique, mais dont il est important de situer, notamment leur rapport avec la distribution qui vient d'être faite au long de ces trois premiers chapitres. Il s'agit de l'art contemporain dans son acception la plus médiatisée, et qui incorpore dans son immense corps d'œuvres, la céramique. Nous parlerons ici surtout des stars de l'art contemporain[297] comme Jeff Koons, Damien Hirst, Takashi Murakami, Ai Weiwei — aussi controversés pour leur approche artistique que pour être assimilés à des véritables chefs d'entreprise et des icônes du business de l'art[298] : « à la tête de gigantesques ateliers qui emploient plusieurs dizaines d'assistants[299] » —, proposant parmi leur production artistique des objets faits en céramique. Loin d'être anecdotique, leur recours ponctuel au monde de la céramique les situe néanmoins au-delà des marges de celle-ci, c'est-à-dire dans la périphérie des groupes d'artistes et céramistes étudiés dans les chapitres qui ont précédé. Ces artistes n'intègrent pas le monde de la céramique : ils ne mobilisent pas les normes et les éthiques dans le cadre des processus de patrimonialisation et d'artification engagés par les acteurs intégrés. De la célèbre sculpture en porcelaine représentant Mickael Jackson avec un chimpanzé de Jeff Koons, aux cendriers en porcelaine intitulés « Horreur à la maison » de Damien Hirst, il s'agit pour la plupart, d'œuvres issues de collaborations entre l'artiste et des institutions, ateliers, manufactures et usines de céramique, comme la Manufacture de Sèvres, le CRAFT (le Centre de recherche sur les arts du feu et de la terre), la Maison Bernardaud, entre

[297] Nous faisons référence à l'ouvrage d'Alain Quemin, Les stars de l'art contemporain: notoriété et consécration artistiques dans les arts visuels, Paris, France, CNRS éditions, impr. 2013, 2013, 457 p.

[298] Dans l'article « Koons, Murakami, Hirst, Eliasson… Les champions des ateliers XXL », Le journal des Arts, écrit par Philippe Piguet on peut lire : « Le point commun entre les deux hommes, c'est d'avoir porté l'art contemporain au niveau d'une industrie -chacun emploie plus d'une centaine de personnes pour produire des œuvres et des produits dérivés- à Paris, d'avoir conquis les nouveaux riches de cette planète, et d'avoir mené leurs œuvres à des prix défiant toute concurrence ».

[299] Terme employé dans l'article « Koons, Murakami, Hirst, Eliasson… Les champions des ateliers XXL », Le journal des Arts, Philippe PIGUET, décembre 2014, p.40-44.

autres. Ces collaborations rendent possible la fabrication de concepts et renvoient directement à la dimension collective de la création mise en évidence par Howard Becker où la chaîne de production d'une œuvre est issue de l'interaction entre les individus pour la réalisation de buts communs. Mais ce qui est intéressant pour nous, ce sont les effets que ces collaborations ont sur le monde de la céramique. La Maison Bernardaud par exemple, une manufacture spécialisée dans la porcelaine et établie à Limoges en 1863, réalise depuis de nombreuses années des collaborations avec les grands noms de la scène contemporaine (toutes disciplines confondues) proposant parmi sa production, de séries « exclusives » et de luxe, comme la série d'assiettes en porcelaine « Banality » signées Jeff Koons (série limitée à 4500 exemplaires). Sur son site on peut lire : « La Maison Beranrdaud a toujours eu pour habitude de collaborer avec des créateurs étonnants comme Jeff Koons. De cette façon, la porcelaine est élevée au rang d'art et sort des sentiers battus[300] ». Cette formulation suggère que le travail de grands artistes en porcelaine de Limoges suffirait à apporter à l'ennoblissement de la matière au rang d'art ; d'une part grâce au pouvoir de médiatisation liée à l'image de l'artiste, et de l'autre par l'approche dégagée des contraintes techniques et symboliques liées à la matière. Si les objets de l'industrie et le design ont une forme adaptée à leur usage – comme le signale Dewey —, ils possèdent néanmoins une forme esthétique :

> « Le matériau est organisé et adapté de telle manière qu'il contribue immédiatement à l'enrichissement de l'expérience immédiate de qui dirige vers lui son attention perceptive. Il n'existe pas de matériau qui soit adapté à une fin, que ce soit celle de l'usage d'une cuillère ou d'un tapis, tant que le matériau brut n'a pas subi un changement qui en structure les parties et les organise les unes par rapport aux autres en vue des fins propres à la totalité. C'est en cela que l'objet possède une forme en un sens défini. Lorsque cette forme est affranchie des limites qui la subordonnent à une fin spécifique, et qu'elle contribue aussi aux desseins d'une expérience vitale immédiate, la forme est esthétique et cesse d'être seulement utile[301] »

[300] « Bernardaud fait appel à Jeff Koons pour revisiter sa porcelaine ». URL : http://www.bernardaud.fr/createurs-porcelaine/porcelaine-jeff-koons.html

[301] John Dewey, Richard Shusterman et Stewart Buettner, L'art comme expérience, traduit par Jean-Pierre Cometti, traduit par Christophe Domino et traduit par Fabienne Gaspari, Paris, France, Gallimard, 2010, p. ????

Pour Dewey, l'affranchissement des limites de la fonctionnalité pour les objets est possible à partir du moment où l'expérience d'immédiateté se produit.

Si de nombreuses œuvres en céramique sont produites par des grands noms de l'art contemporain, la plupart de ces artistes sont exclus du monde de la céramique. Mais globalement, on peut dire que les croisements paradigmatiques sont en partie responsables de l'amplification de la visibilité de la céramique au sein de la scène artistique. Au point que leur notoriété pourrait cacher l'œuvre et le travail des « vrais » céramistes. Cette vision est partagée par Frédéric Bodet :

> « Il ne faudrait pas que les grands noms de l'art contemporain éclipsent les grandes œuvres des céramistes du XXe siècle qui n'ont fait que de la céramique. Il ne faudrait pas croire que l'évolution de la céramique n'est redevable qu'aux artistes comme Picasso, Fontana, même s'ils ont fait des choses très originales, très libres. C'est un peu la seule crainte que j'ai de ce mouvement actuel, de cette rencontre assez nouvelle entre le circuit de l'art contemporain et le milieu de la céramique. Qu'il ne passe que par ces artistes internationaux qui produisent de temps en temps de la céramique. Si on considère que Jeff Koons est un céramiste : non ! (rires) »

L'ouverture vers de nouvelles pratiques n'est point rejetée par Bodet. Il refuse cependant que le crédit de l'état actuel de la céramique, vis-à-vis de l'art contemporain, soit donné exclusivement aux grands noms, et que cela réduise l'action accomplie par les céramistes. S'il n'est pas nécessaire d'être céramiste pour faire de la céramique, la valeur des œuvres produites par Koons, Murakami ou Hirst ne se bâtit pas sur « l'expérience céramique », mais sur la participation de la matière dans la construction du travail artistique. En effet, la matière, qu'elle soit considérée comme classique ou moderne, intègre le système de médiums plus ou moins hétérogènes constituant l'art contemporain. Non seulement l'artisanat d'art est au service de la création contemporaine, mais de manière réciproque. La tradition artisanale est alors présente dans l'œuvre, comme faisant partie de l'expérience et de ce fait, comme l'avançait John Dewey, « l'œuvre elle-même est une matière transformée en substance esthétique ». Plusieurs questionnements s'imposent : la matière vient-elle en premier ? Ou bien, cherche-t-elle une « forme » dans laquelle elle pourrait s'incorporer ? La matière peut-elle devenir réellement l'authentique substance d'une

œuvre d'art ? En interrogeant la valeur esthétique et expérientielle des matériaux, Dewey avance que les objets d'art sont expressifs et c'est en cela qu'ils sont un langage. De ce fait, l'œuvre, comme tout langage, « repose sur ce qui est dit et la façon dont cela est dit, soit la forme et la substance[302] ». Séparer la forme et la substance (entre la forme et la matière, entre les valeurs sensibles et les valeurs d'emprunt) a été une dominante de la pensée européenne, et que Dewey qualifie de dualisme métaphysique. Au centre du questionnement de l'objet d'art contemporain se trouve la question de la pluridisciplinarité et de la combinaison de matières et de supports. Plus concrètement, interroger quelle est la place de la matérialité et les savoir-faire artisanaux au sein de l'art contemporain, permet un éclairage. L'œuvre de l'artiste Mona Hatoum[303] par exemple, dont le Centre Pompidou proposait une exposition rétrospective du 4 juin au 23 septembre 2015, donne à voir l'essence sémiologique[304] de ces croisements. Lors du vernissage de l'exposition « Mappings » au Centre d'art des Pénitents noirs, en juin 2013 à Aubagne, nous interrogions l'artiste sur son rapport au verre et les procédés techniques qu'elle intègre dans son travail, notamment suite à sa résidence au CIRVA où elle avait réalisé son œuvre « Cellules » ; des grandes sphères rouges en verre enfermées dans des grilles en métal : « La question des matériaux est très importante dans mon œuvre (…). J'utilise différents matériaux en essayant de les pousser vers différentes directions. En fait, les matériaux me permettent d'articuler les idées (des cheveux humains au verre) et je suis très intéressée par l'artisanat. (…) J'aime travailler avec des personnes qui ont un haut niveau technique, car cela me pousse à prendre de nouvelles directions, à l'expérimentation. C'est à chaque fois une nouvelle découverte[305] ».

---

[302] J. Dewey, R. Shusterman et S. Buettner, L'art comme expérience, op. cit.

[303] L'œuvre de cette artiste d'origine palestinienne, née au Liban et vivant à Londres mobilise des discours engagés politiquement face aux conflits géopolitiques, les luttes féministes et place la réflexion sur la matière et les savoir-faire au centre de sa recherche artistique.

[304] Dans le texte de présentation de l'exposition, la recherche sur les matériaux et la pluridisciplinarité sont mis en avant : « Son œuvre s'impose par la justesse de son propos, par l'adéquation entre les formes et les matériaux proposés, par la pluridisciplinarité de son travail et finalement par sa relecture originale et engagée des mouvements d'art contemporain (performance, cinétisme, minimalisme) ». URL : https://www.centrepompidou.fr/cpv/resource/cMbapqd/rLbapLy - Consulté le 11 septembre 2015

[305] Interview avec l'artiste Mona Hatoum, le _____, jour du vernissage de l'exposition « Mappings » dans la Chapelle des Pénitents noirs à Aubagne.

Image. Exposition Mona Hatoum, Centre Pompidou, 2015

À l'image de Mona Hatoum, de nombreux artistes contemporains considèrent que leur travail de création nécessite de techniques spécifiques, de savoir-faire complexes, mais qu'il n'est pas nécessaire (ni possible) de les acquérir (toutes). Elle affirme que son œuvre fonctionne comme un travail collaboratif entre elle (l'artiste) et l'artisan/technicien : « Je pense qu'il n'est pas nécessaire d'avoir de grosses machines dans mon studio pour pouvoir faire ce que je veux. Je ne dois pas apprendre à faire une technique. En fait si je veux du verre soufflé je vais à Venise[306] ». La finalité des collaborations selon l'artiste, est de parvenir à résoudre les problèmes techniques de manière conjointe, grâce à l'expertise et l'expérience de chaque membre de l'équipe. Mona Hatoum réalise de nombreuses résidences (au Cirva, Marseille en 2012 pour ses œuvres en verre, au MAC VAL en 2009 pour une œuvre en bois), qui vont lui permettre d'intégrer dans son travail une approche technique de matériaux très divers, qui n'est pas incompatible avec son travail performatique ou audiovisuel qu'elle

[306] Propos extraits de la vidéo « L'art et la manière » 26'. Cette vidéo est proposée à la fin de l'exposition consacrée à « Mona Hatoum » au Centre d'art Pompidou. Elle présente la démarche de l'artiste en mettant en avant le travail collaboratif avec les artisans et techniciens.

développe en parallèle.

L'œuvre du célèbre artiste chinois Ai Weiwei « Dropping of a Han Dynasty Urn », 1995, composée par trois photographies peut également apporter des pistes de réflexion à nos questions. La première image montre l'artiste debout avec un vase en céramique ancien de deux millénaires entre ses mains, la deuxième image montre le vase en l'air et la troisième le vase cassé par terre.

Image. Ai WeiWei, Dropping of a Han Dynasty Urn, 1995

Ce travail a été considéré par la critique comme un acte emblématique de contestation politique. L'action de destruction d'un vase antique emblématique de l'histoire de la Chine, objet contenant la tradition, s'articule au discours de rupture entre la tradition et la création contemporaine. Dans ce triptyque photographique, l'artiste confronte des milliers d'années d'histoire de tradition chinoise à un acte de destruction culturelle (le mur en briques de terre cuite derrière l'artiste fait également partie des signes structurant l'œuvre). Cette œuvre a pour première lecture un manifeste politique[307] qui fait écho à la plupart de son œuvre, face aux politiques de son pays, mais son esprit provocateur et iconoclaste peut aussi être analysé à travers le prisme du phénomène de renversement de sens entre l'art contemporain et l'artisanat d'art. Cette mise en scène vise à donner une autre lecture de la tradition potière, comme le support d'un manifeste politique contre les académismes et la normativité au nom de la tradition.

[307] Pour un aperçu de sa démarche, nous renvoyons à la lecture d'un article sur l'œuvre de Ai Weiwei : http://www.magazinembac.ca/grands-titres/ai-weiwei-art-et-politique

Conclusion : Céramique et art contemporain : renverser les paradigmes

Ce chapitre a mis la focale sur une dernière composition de la céramique contemporaine : la création artistique contemporaine en céramique. Au carrefour entre la céramique d'art et l'art contemporain se trouvent des artistes reconnus sur la scène artistique contemporaine utilisant la terre et cristallisant le stade d'artification de la céramique le plus accompli. L'investissement du monde de la céramique par cette nouvelle génération d'artistes — Johan Creten, Miquel Barceló, Grayson Perry, Louise Hindsgavl… — produit d'importants changements sur les champs socio - technico-artistique du milieu. Ce segment montre les passerelles entre les pratiques majoritaires de la céramique d'art, de la céramique contemporaine et d'autres pratiques minoritaires et singulières situées aux frontières de la céramique. Ces artistes contemporains parviennent à remodeler les conventions de la céramique allant jusqu'à redéfinir le champ artistique dans son ensemble sans pour autant nier la part patrimoniale de la culture céramique. Choisir la terre comme matériau de prédilection s'articule ainsi à plusieurs intentions : il s'agit d'abord d'un processus de confrontation avec la matière et ses potentialités, lequel se manifeste par exemple sous forme d'un jeu sémantique entre la matière et le détournement de ses représentations. S'observe également un désir de « retour aux sources » lequel se stabilise sur le retour de l'objet et de la matière à l'époque de la dématérialisation de l'art. Ainsi, plutôt qu'un phénomène de mode, il apparaît que ces artistes basculent d'un paradigme à un autre comme le moyen de dépasser les diktats de l'art contemporain tout en appartenant à ce monde. À l'image du combat entamé par les céramistes pour lutter contre les hiérarchies, ces artistes contribuent à dépasser les préjugés vis-à-vis de la céramique à travers le choix d'une matière déclassée de l'art contemporain, à travers la médiation de leur adhésion aux valeurs de l'identité céramique : mise en exposition du modèle de l'atelier, du geste technique et du savoir-faire, des modes de vie et manières d'être, de la routine. C'est ainsi qu'ils déjouent la norme et qu'ils transgressent les limites de l'art contemporain. En effet, il se produit un renversement des rôles attribués aux paradigmes artistique et patrimonial et un double transfert entre deux mondes de l'art comme procédé de retournement des sens donnés aux frontières artistiques. Par conséquent, la reconfiguration du milieu cristallise la dualité existante entre patrimonialisation de la

culture céramique et son artification. Enfin, en nous intéressant au travail d'artistes contemporains de renommée internationale, externes au monde de la céramique (et aux mondes artisanaux) comme Mouna Hatoum, Jeff Koons, Damien Hirst, Ai WeiWei, s'observe un dernier groupe de créateurs ayant recours ponctuellement à la céramique et mobilisant un discours de valorisation des techniques artisanales. Si bien, il apporte à redonner de la visibilité à la céramique comme médium et discipline artistiques (comme ont pu le faire les maîtres de la peinture moderne aussi), ce groupe n'intègre pas le projet d'artification soutenu par les acteurs de la céramique et les groupes précédemment étudiés.

CONCLUSION PREMIÈRE PARTIE : Construire un monde de l'art entre culture de métier et son innovation : croisements et tensions

Cette première partie s'est donnée pour objectif d'analyser les processus de polarisation de la céramique à travers la pluralité de pratiques et de registres qui la traversent. Elle est partie d'une acception du mot « céramique » désignant pléthore de pratiques, d'objets et de significations au nom de sa vaste présence au sein des multiples dimensions et espaces de la vie des hommes et des femmes au cours de l'histoire. Si en effet, la céramique a été d'abord, et avant tout un objet d'étude en histoire, elle constitue aujourd'hui et depuis peu, un objet d'observation de l'évolution des représentations et de la construction croisée des valeurs sociales des régimes de l'artisanat d'art, de l'art et de l'art contemporain. C'est alors qu'à travers une mise en perspective variée entre les travaux de Flora Bajard, Anne Jourdain, Jean Girel, Nathalie Heinich et nos observations sur le terrain, nous avons vu, comment la céramique est passée d'être une activité issue de la tradition potière, marquée par la parcellisation des tâches propre au régime de communauté vers une condition artistique.

Historiquement, la transition s'est déroulée en deux temps : le premier correspond à l'expérience des « fondateurs[308] », des individus portés par un regain d'intérêt pour les traditions locales et les métiers oubliés dans le courant des années 40, moment du déclin de la production potière semi-industrielle. Cette transition a été ensuite marquée par le « vent de liberté » dans les années 50, moment où se consolident les expérimentations techniques agrégées d'une liberté esthétique. En parallèle, la construction du caractère artistique de la céramique résulte en partie de l'intérêt ponctuel des maîtres de l'art moderne tels que Picasso pour la céramique grâce à qui de nouveaux territoires se dessinent et quelques figures emblématiques de la céramique d'art émergent. Le deuxième temps est celui des années 70, marqué par l'action des « bâtisseurs[309] », des individus en désaccord avec les valeurs de leur époque qui vont migrer de la ville à la campagne pour investir des ateliers inactifs.

[308] F. Bajard, *Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être*, *op. cit.*
[309] *Ibid.*

Les transformations matérielles et symboliques opérées au sein du métier, construiront les bases d'un projet professionnel de taille lequel apporte à bâtir une « culture céramique » où les normes professionnelles portées par des éthiques de métier rejoignent le mode de vie. Le processus d'artification va ainsi s'amorcer sur les bases d'un monde artistique autonome, mais marqué du seau de sa polarisation. Les bases de l'identité collective de ce monde de l'art se construit en lien avec les signes de l'histoire, la tradition, les savoir-faire, la technique, et d'une certaine technophilie. Le premier groupe de céramistes est celui qui porte le projet de continuité des valeurs patrimoniales issues d'un héritage matériel et immatériel de la « culture céramique », en tant que monde originel. Le deuxième groupe, les artistes céramistes opèrent les glissements sémantiques de la pratique renforçant le processus d'artification et s'ouvrant de plus en plus vers l'art contemporain. La construction d'un système de valeurs en marge du groupe dominant réside dans le croisement des régimes artistico-artisanal et de son innovation esthétique, reconnue dans sa grandeur esthétique à partir de la maîtrise et de la justesse technique. Le questionnement paradigmatique effectué au sein de ce groupe, montre que les critères de la qualité artistique opèrent dans le sens d'une affirmation de la double appartenance aux mondes de l'artisanat d'art et de l'art contemporain, tout comme de la liberté d'appartenance. À travers l'exposition « 8 artistes et la terre » il a été question d'explorer un système discursif basé sur diverses rhétoriques : l'analogie avec la musique, le *feeling*, le langage, les matières, le voyage, la poésie, etc. Cette ouverture conduit au troisième groupe qui est celui des artistes contemporains utilisant la terre. Ils sont pour la plupart des artistes ayant une forte notoriété sur la scène de l'art contemporain et utilisent la terre comme matériau privilégié. Les innovations artistiques sont visibles en tant qu'elles contribuent à renouveler les conventions sur les plans esthétiques, techniques et sociaux. Pour certains d'entre eux, il s'agit de participer du combat contre les hiérarchies instituées à l'égard de la céramique comme matériau déclassé de l'art contemporain, à travers notamment la mise en exposition de leur adhésion aux normes de la culture céramique, tout en l'articulant aux langages de l'art contemporain. Il s'agit donc de revendiquer le retour à l'objet en réponse à la désobjectivation de l'art contemporain. D'autres développent le détournement sémantique déjouant les représentations historiquement instituées de la matière et la pratique. Mais il apparaît que pour l'ensemble, la terre est une alternative aux modes de vie courants dans nos sociétés. La céramique a ainsi pu être observée sous l'idée d'une « expérience des limites » en

transgressant les normes de l'art contemporain. L'objectif de cette partie était, d'interroger l'élévation sociale de la céramique au sein de la scène de l'art, transitant d'une condition d'« art de l'entre-deux » vers une reconnaissance par la scène artistique contemporaine. La céramique contemporaine s'est ainsi peu à peu établie comme un système multisitué de valeurs et de conventions où se croisent différents paradigmes en même temps qu'ils se renversent et se nourrissent mutuellement. Il est également apparu que la prévalence de la valeur patrimoniale agit en véritable champ de bataille au cœur même du processus d'artification. La condition ambivalente de la céramique, entre régime patrimonial et artistique, s'affirme non plus comme une contradiction, mais comme l'affirmation d'une complémentarité singularisante.

DEUXIÈME PARTIE

Le système d'intermédiation de la céramique

« Les objets appartiennent à ceux qui les rendent meilleurs »
François, collectionneur

La partie précédente mettait en lumière les coupures et entrelacements entre les usages artistiques de la céramique, les composantes du métier et les régimes que déterminent les stades de l'artification de la céramique. À la pensée interactionniste de Howard Becker, laquelle propose une analyse globale des systèmes de création, production et diffusion, s'ajoute l'étude structurante des différentes relations résultantes de la circulation des objets. Alors que l'artiste (créateur, producteur) a été au centre de la focale dans la première partie, nous poursuivons avec l'observation d'un système d'intermédiation pour la céramique et de ses espaces de diffusion et de commercialisation. Cette deuxième partie vise alors à explorer comment les identités artistiques et patrimoniales de la céramique se déploient au sein de ces espaces et s'articulent aux sphères institutionnelles, sociales et marchandes, sur les plans de l'évaluation de la qualité artistique et de la construction de la valeur : quels sont les espaces de l'intermédiation de la céramique ? Comment fonctionnent-ils ? En quoi, ce système devient le lieu de médiations et de valorisation (et de transmission) de la culture céramique ?

L'objectif de cette partie est de comprendre la distribution des valeurs au sein de la scène céramique et les manières dont se positionnent les acteurs face aux institutions et aux marchés. Ainsi, à l'instar d'une conception élargie de l'activité d'intermédiation, il s'agit d'appréhender les caractéristiques des espaces de formation, de création, de l'institution muséale, les situations de communication (expositions, biennales) et de vente (marchés potiers, ventes aux enchères, salons, galeries, ateliers). Le premier chapitre porte sur les institutions et les espaces spécialisés dans la diffusion de la céramique, les orientations et les ponts avec l'art contemporain. Le deuxième chapitre s'intéresse aux marchés de la céramique en France et interroge les mécanismes régissant ces lieux marchands où s'élaborent les prix et se cumulent les points nécessaires pour accéder à la notoriété.

Diverses techniques telles que l'observation, la collecte documentaire, l'entretien, le questionnaire[310] ont servi à formuler l'analyse qui suit. Au-delà de l'hétérogénéité d'outils employés, l'approche socio-sémiotique (par l'empirisme de l'observation participante) a été favorisée. Ainsi, être présent dans de nombreux marchés de céramique, ventes aux enchères et lieux de diffusion et d'exposition a apporté à saisir les mécanismes singuliers de ces espaces. Les séjours, mais aussi les passages au sein de ces terrains, aux durées variables, ont permis d'observer une grande diversité de situations d'interaction. L'étude est formulée à partir d'un impératif de systématicité[311] au sein d'une grande diversité d'espaces, lesquels cristallisent justement la complexité de phénomènes traversant le milieu. En allant voir sur place, la méthode employée interroge le dispositif organisationnel et la structuration de la circulation des objets. La collecte documentaire diversifiée a aussi été une base fondamentale dans la recherche puisqu'elle « peut fournir à la fois des informations complémentaires et une diversification des éclairages[312] ». Les productions matérielles relevant de l'écrit : guides, brochures informatives, dossiers de candidature, et autres documents de communication constituent la littérature « grise » exposant le socle discursif. Par ailleurs, le recours aux contenus communiqués dans les revues spécialisées, et les guides[313] montre l'instabilité, mais aussi la constance du milieu. La parole des acteurs a été le vecteur privilégié pour prolonger les expériences de l'engagement et de la réception. Leurs témoignages et récits permettent de comprendre comment et pourquoi leur action fait-elle sens[314]. Enfin, et tout aussi prépondérante, se trouve le « monde numérique » (blogs, sites web et dispositifs tels que la vidéo) lequel a constitué, tout au long de la recherche, le moyen d'aller vers des contenus hétérogènes, renseignant les logiques et structures fonctionnelles d'un projet humain marqué par le combat pour la reconnaissance artistique.

---

[310] Un questionnaire en ligne a été envoyé aux membres du Club de collectionneurs de céramique « Les céramophiles » sur leurs pratiques et leurs représentations sur ces espaces.

[311] Jean-Claude Combessie, *La méthode en sociologie*, Paris, La Découverte, 2010, p. 14.

[312] *Ibid.*, p. 13.

[313] On y trouve par exemple, l'article « 30 ans de céramique ; repères et Jalons », écrit par Carole Andréani et paru dans le numéro 200 de la Revue de la céramique et du verre présentait une sélection de moments marquants de la céramique depuis les derniers trente années. Le Guide du céramiste, édité par la RCV en cinq éditions : 1992, 1997, 2004, 2006, 20012, nous a également permis d'effectuer des vérifications comparatives entre les informations mobilisées au fil des éditions.

[314] Daniel Cefaï et al. (eds.), *Les sens du public: publics politiques, publics médiatiques*, Paris, France, Presses universitaires de France, 2003, 519 p.

Chapitre I : Les espaces de la publicisation de la céramique

L'étude des lieux de transmission, de diffusion, d'exposition et de médiation — genèses, logiques et usages — interroge les conditions de l'appropriation des composantes de la culture céramique par les acteurs et les manières que peut prendre leur rétribution : d'abord sur l'ordonnément des espaces et dispositifs de diffusion des objets et des savoirs, ainsi que sur les aspirations de ceux qui les conçoivent. Alors que ces espaces intermédiaires exercent dans un cadre étiré par des tensions d'appartenance au secteur de l'artisanat d'art ou de l'art contemporain, des convergences idéologiques sur « ce qu'il faut défendre » apparaissent. Ces débats ont des effets déterminants à l'heure d'engager les discours, les actions de diffusion et plus globalement les stratégies de valorisation de la céramique contemporaine. Il s'agit donc ici d'explorer les projets que structurent la scène intermédiaire de la céramique contemporaine, et les découpages de son monde institutionnel, en ce qu'il propulse les artistes à un niveau de reconnaissance plus élevé ou en les oubliant, les inscrit dans une condition d'invisibilité. Pour cela, l'institution, les lieux de formation (et les diverses situations de communication comme l'exposition) sont envisagés en tant que producteurs de sens et d'une pensée collective sur ce qu'ils choisissent de valoriser ou pas. Le rôle du musée par exemple, est essentiel dans les processus de représentation et de symbolisation puisqu'il concerne une collection, c'est-à-dire une accumulation raisonnée : « La mémoire culturelle est exercée par le musée, qui inscrit automatiquement les objets au sein d'une logique de signification ; la médiation culturelle du musée s'appuie à la fois sur cette logique de signification et sur cette logique d'accumulation[315] ». C'est donc par une approche sociotechnique et critique de ces processus que ce chapitre interroge les logiques sociales des dispositifs de publicisation de la céramique. En variant les échelles d'analyse, il s'agit de comprendre la structuration des critères, des discours et des positionnements différentiels. Outre la grande ambivalence, se manifestent les usages des représentations associés aux savoirs, aux techniques et à l'héritage patrimonial cohabitant avec les codes de l'art contemporain. L'analyse structurale et discursive aspire à appréhender les cadrages normatifs où se réaffirment les singularités.

[315] Isabelle Fabre, « Médiation documentaire et culturelle dans le musée », *Communication & Langages*, septembre 2012, n° 73, p. 91.

1. Vers la construction d'un système d'intermédiation

A l'instar de l'approche proposée par Nathalie Moreau et Dominique Sagot-Duvauroux sur la construction des valeurs de l'art actuel à partir des manières dont les œuvres sont montrées aux publics, les espaces intermédiaires de la céramique jouent un rôle d'instrument politique dans l'établissement des critères de la qualité artistique. Les auteurs distinguent trois catégories d'intermédiaires régissant le marché : « les intermédiaires marchands (mise en contact de l'offre et de la demande), les intermédiaires financiers (qui produisent les œuvres ou les financent) et enfin les intermédiaires qui précisent la qualité de l'œuvre[316] ». La dernière des trois catégories met en évidence que dans l'hétérogénéité constituante du marché de l'art, certains segments spécifiques tels que les institutions sont les espaces à l'interface de l'artiste et des publics, jouant le rôle de révélateurs de la qualité. De nature composite, le projet de faire connaître et reconnaître la céramique par la scène artistique s'articule aux processus d'artification et se manifeste par (et dans) l'engagement et la rétribution des acteurs sociaux en tant qu'intermédiaires, parmi lesquels figurent galeristes, conservateurs, collectionneurs et l'ensemble d'experts. Ainsi, les processus d'évaluation de la qualité, sont appréhendés comme étant le fruit de la coordination entre les acteurs pour s'accorder sur les valeurs économiques et symboliques à travers des conventions, dispositifs et institutions diverses, et ils aboutissent à la construction de la notoriété[317]. Olivier Roueff analyse ces mécanismes dans une opposition entre les sphères spécialisées de la production (professionnels et spécialistes) et le monde des profanes qui en sont les destinataires (publics et acheteurs divers). Pour lui, « la valeur n'a pas de fondement naturel, mais est simplement fixée, au sein d'une sphère de spécialistes, au terme d'un processus collectif d'évaluation[318] ». En considérant les processus d'évaluation dans une spécialisation collective, Olivier Roueff pose l'intermédiation au centre de l'analyse des processus d'autonomisation. Celle-ci

---

[316] Nathalie Moureau et Dominique Sagot-Duvauroux, « La nébuleuse des intermédiaires de l'art actuel » dans *Smartbe, L'artiste et ses intermédiaires*, s.l., Mardaga, 2010, 2010, p. 55-67.

[317] Wenceslas Lizé, Delphine Naudier et Séverine Sofio, *Les stratèges de la notoriété: Intermédiaires et consécration dans les univers artistiques*, s.l., Archives contemporaines, 2014, 235 p.

[318] Olivier Roueff, « Les mécanismes de valorisation à l'épreuve des systèmes d'intermédiation », *Les stratèges de la notoriété: Intermédiaires et consécration dans les univers artistiques*, 1 novembre 2014, p. 185-202.

dépossède les créateurs de certaines compétences inhérentes à l'activité d'intermédiation ou au contraire, elle leur impose l'intégralité des étapes des processus d'intermédiation :

> « L'autonomisation des champs de production artistique […] produit simultanément une plus grande autonomie du processus de travail artistique et une plus grande exploitation des travailleurs artistiques […] Les artistes se voient ainsi progressivement dépossédés des moyens de production et de valorisation au profit de grands intermédiaires spécialisés dont ils deviennent dépendants, ou se voient dans l'obligation de s'acquitter eux-mêmes des tâches d'intermédiation lorsqu'ils n'ont pas même accès aux petits intermédiaires[319] »

L'analyse économique des dynamiques de la construction de la valeur s'appuie ainsi sur l'implémentation de mécanismes du travail artistique fixés dans le cadre des rapports de force entre les travailleurs et le marché. L'évaluation des mécanismes de valorisation dans les activités d'intermédiation proposée par Olivier Roueff met en perspective ce système sur ce qu'il peut produire dans l'accès à la reconnaissance. En apposant le terme de mécanisme, comme mode opératoire, au terme de valorisation — qu'il définit comme le processus par lequel le « moins » est transformé en « plus » —, la valorisation consiste à effectuer une élévation dans l'échelle de valeurs : la valeur d'échange économique et la valeur d'usage artistique. Ce raisonnement met en lumière la situation d'incertitude sur la (ou les) valeur(s) des œuvres et des artistes. Olivier Roueff soutient que cette situation devient l'argument pour convaincre les « participants aux activités artistiques » de l'importance des intermédiaires et de « légitimer leurs territoires d'activités » en s'engageant à réduire l'incertitude sur le succès. Ainsi, en désignant l'intermédiation comme un ensemble des pratiques de contrôle des conditions et des effets de la réception des œuvres, Olivier Roueff attribue aux intermédiaires une fonction sociale non pas déterminante (nécessaire ou au contraire de parasite), mais intégrée au processus créatif face aux catégories de l'appréciation et de la réception. Il les distingue selon le moment où elles interviennent, c'est-à-dire « en amont, pendant ou en aval de la mise en réception des

[319] *Ibid.*

œuvres, et en fonction de l'échelle temporelle des conditions de réception qu'elles visent, temps court d'une réception particulière ou temps long d'une série de réceptions[320] ». De fait, les activités d'intermédiation correspondent aux pratiques d'anticipation de la réception, de prescription sur le long terme, d'orientation et de captation des effets de la réception. Toutefois, la nébuleuse des intermédiaires pose une difficulté quant à la délimitation des activités et des « métiers » que dans certains cas, deviennent la scène de luttes pour redéfinir le périmètre des territoires d'activités et le partage des territoires. Les mécanismes des processus d'évaluation aboutissent ainsi à la construction de la valeur qu'Olivier Roueff analyse à travers le prisme de la pensée Wébérienne « fondée sur l'opposition entre les sphères spécialisées de production et le monde des profanes qui en sont les destinataires […]. La valeur n'a pas de fondement naturel, car elle est simplement fixée, au sein d'une sphère de spécialistes, au terme d'un processus collectif d'évaluation[321] ». C'est à partir de critères individuels et collectifs que la réception peut être objectivée, à travers notamment le prisme des « institutions ou les conventions cognitives (…), qui sont objectivées dans des dispositifs sociotechniques pour la sociologie des sciences et des techniques ou l'économie des singularités, ou dans les conventions esthétiques, à la fois cognitives et matérielles, des mondes de l'art au sens d'Howard Becker[322] »[323]. Or, si la division sociale du travail à l'intérieur des sphères spécialisées des activités a été reléguée à un second plan, ainsi que la question de la pluriactivité non seulement des artistes, mais des acteurs avec lesquels ils sont en lien, il semble judicieux de repenser le cadre des « agents » dans un ensemble d'espaces et activités d'intermédiation. On peut effectivement considérer les processus collectifs d'évaluation, dans une spécialisation et devant concilier des valeurs hétérogènes, que Roueff désigne comme étant la « synthèse de l'hétérogène ». L'intervention des

[320] O. Roueff, in, W. Lizé, D. Naudier et S. Sofio, *Les stratèges de la notoriété*, *op. cit.*, p. 188.

[321] O. Roueff, « Les stratèges de la notoriété », art cit, p. 189.

[322] *Ibid.*, p. 188.

[323] En faisant référence à Howard Becker, Roueff rapporte aussi le poids des réseaux de collaboration, en ce qu'il comporte un ensemble de conventions partagées mais peut se modifier selon les transformations de diverse nature : « Chaque monde de l'art comporte tout un ensemble de pratiques caractéristiques, qui vont des méthodes conventionnelles de production jusqu'aux modes d'exposition, en passant par le choix des techniques et des matériaux, une transformation radicale de l'une quelconque de ces pratiques peut devenir le germe d'un monde nouveau ». Selon Becker, la valeur esthétique d'un des mondes de l'art va se former quand les acteurs de ce monde vont s'accorder sur la valeur esthétique.

amateurs au sein des espaces de valorisation de la céramique montre au même titre que les professionnels, l'interchangeabilité des statuts et la cooptation du rôle d'intermédiaire. D'autant plus que les dynamiques de la division sociale du travail montrent qu'il existe des professions à l'intersection des frontières institutionnelles, mais aussi du droit du travail. Si l'évaluation spécialisée peut déterminer la valeur sociale de la demande, tel que le montre Olivier Roueff, les artistes peuvent parfois devenir intermédiaires, pour eux-mêmes et/ou pour d'autres artistes qu'ils soutiennent au même titre que les amateurs, experts, intermédiaires, médiateurs, — comme c'est le cas de la céramique —. Ce phénomène toujours en rapport avec le projet artificateur de la céramique fonctionne néanmoins sur une base composée d' « intermédiaires dominants (que) s'approprient, plus ou moins en fonction de leurs prises respectives sur les conditions de valorisation une part globalement croissante de la survaleur tout en déléguant de plus en plus aux artistes la responsabilité de la prise de risque artistique[324] ». La construction d'un réseau d'intermédiaires nationaux permet à certains artistes de s'insérer dans le monde de l'art contemporain international. Ce pouvoir conféré à l'entité intermédiaire se rapproche de ce que Artur Danto déclarait à propos des ces « objets variables » comme l'est l'urinoir de Duchamp, puisque si un objet ordinaire comme un urinoir peut être considéré comme œuvre d'art lors que celui-ci est simplement déplacé dans une galerie, « c'est que l'institution de l'art dote certains lieux d'un pouvoir de certification esthétique »[325]. Par ailleurs, le postulat selon lequel l'art contemporain suivrait un référentiel d'évaluation de la qualité artistique opposé de celui de l'art classique, et le fait que la céramique contemporaine pénètre à différents degrés les circuits de l'art contemporain et de l'art dit « classique », voudrait dire que le référentiel de la valeur se trouve en dehors des caractéristiques intrinsèques de l'œuvre, et donc principalement dans son extériorité. Il s'agit par exemple d'un système de points distribués par différentes institutions, centres de recherche, de formation, de création, de diffusion, des revues, divers évènements internationaux comme expositions ou biennales, les galeries, collections publiques et collections privées. Et c'est ainsi que la valeur de la qualité du travail dépendent « du nombre total de points qu'il a cumulé,

---

[324] W. Lizé, D. Naudier et S. Sofio, *Les stratèges de la notoriété*, *op. cit.*, p. 202.

[325] Arthur Coleman Danto, *La transfiguration du banal: une philosophie de l'art*, traduit par Claude Hary-Schaeffer, Paris, France, Ed. du Seuil, DL 1989, 1989, 327 p.

selon qu'il est entré dans un musée ou non, qu'il a été présenté à une biennale ou non[326] ». Il s'agit ainsi d'un double déplacement dans l'évaluation de la qualité qui n'est plus directement évaluable à partir de critères intrinsèques à l'œuvre ou du talent artistique, mais que se mesure à l'aune de la reconnaissance auprès des acteurs du monde de l'art et l'accès au système d'intermédiation apportant le plus de points.

1.1 Apprendre et transmettre le métier et son identité culturelle

Chacun des mondes de l'art implique des espaces d'apprentissage et tout comme les différentes disciplines qui les composent, l'offre de la formation[327] professionnelle de la céramique se structure de façon hétérogène au sein de quelques écoles d'art, d'arts appliqués et de métiers d'art, dans des ateliers techniques individuels et collectifs, etc. Elle se retrouve aussi à travers des manifestations ponctuelles comme les rencontres internationales de La Borne ou les rencontres professionnelles de Bandol, pensée pour le grand public (marchés potiers, expositions) mais aussi et surtout, pour un public professionnel (conférences, stages, démonstrations). Concrètement, l'enseignement de la céramique contemporaine est arrivé dans plusieurs écoles d'art nationales et régionales durant les années 1970 et 1980 comme celles d'Aix-en-Provence, Mâcon, Limoges : « Si les lieux de formation professionnelle en céramique s'étaient largement développés après-guerre, y compris dans les instances les plus légitimes de l'enseignement artistique comme les Beaux-Arts, ce sont essentiellement des CAP, des formations au CNIFOP, des formations professionnelles organisées par la profession elle-même et les stages en atelier que conserve aujourd'hui la profession[328] ». Bien que la recherche formelle — théorique et pratique — de l'enseignement

[326] N. Moureau et D. Sagot-Duvauroux, « La nébuleuse des intermédiaires de l'art actuel », art cit.

[327] La diversité de l'offre de formations aux métiers de la céramique pourrait être une des raisons de la méconnaissance du milieu, notamment quant aux approches artistique et techniques. On compte des lieux où l'on peut se former à la céramique d'art et d'art contemporain, mais aussi au métier de tourneur : l'Ecole Nationale d'art l'ENSA de Limoges, l'École **supérieure d'arts et céramique de Tarbes**, l'École Nationale Supérieure des Arts Appliqués et des Métiers d'Art (ENSAAMA) de Paris ou l'Ecole d'Arts appliqués de Strasbourg. Se trouvent aussi les centres de formation sous statut associatif comme celui de Saint Quentin La poterie, d'Aubagne, ou d'écoles municipales comme celles de Vallauris, Dieulefit, etc., proposant des formations courtes, CAP ou diplômes de céramiste, deuxième cycle, etc. https://www.ceramique.com/ceramnews/hors_series/03_2013/lettre.html

[328] L'inscription sociale et la dimension politique d'un travail de vocation : approche sociologique des conditions d'existence, de maintient et de définition(s) du métier de céramiste. Mémoire de recherche présenté par Flora Bajard. Dirigé par Eric D'Arras et Marc Perrenoud - Master 2 Sociologie politique des représentations, Année universitaire 2008-2009, IEP de Toulouse

supérieur soit la plus légitime, elle reste aussi limitée, à cause en partie des questions de moyens matériels. La céramique (tout comme la gravure et le verre) nécessite d'un équipement coûteux et encombrant. L'investissement budgétaire qui en résulte est parfois trop important. Cette réalité économique et spatiale fait que les écoles proposent aux étudiants une pédagogie transversale alternant différentes techniques et matériaux. L'apprentissage professionnel se fait principalement via des stages et modules de formation (stages de tournage, modelage, sculpture, émaux, décors faïence, décors sur porcelaine, grès, cuisson rakù, cuissons primitives, mosaïque...) proposés par des céramistes professionnels. Ils offrent la possibilité de réaliser des projets de découverte, de loisir, moins portés par des volontés de professionnalisation. Ce panorama est perçu dans le milieu comme le résultat des politiques d'enseignement mises en place à partir des années 80 dans les écoles d'art :

> « La difficulté que se développe maintenant c'est qu'il n'y a plus de formation de céramique dans les écoles d'art. Il n'y a plus vraiment d'atelier technique. […] Depuis les années 80, il y a eu un changement, dans la pédagogie, dans les écoles d'art assez dramatique. Car la culture du projet, le développement intellectuel, la pensée a prévalu sur l'étude des techniques, sur le travail de la main. On ne travaille plus de soi même, on ne pratique pratiquement plus soi-même. On crée des modes d'emploi, on se détache de ce qui peut arriver en faisant les choses[329] »

Cependant, le phénomène de « retour de la terre », observé dans l'intérêt, les attentes et désirs d'une nouvelle génération d'étudiants pour l'apprentissage de techniques artistiques et de nature manuelle, contemple des perspectives d'évolution en même temps que de nombreuses lacunes :

> « Je pense que ça peut revenir, car il y a un vrai questionnement qui se met en place. Il y a un vrai désir de revenir vers des techniques, à la notion de pratique. Des techniques classiques, que ce soit le dessin et la gravure qui ont été évacués des Écoles d'art […]. Et les étudiants ont envie de revenir à ça. Et parmi ces envies il y a celle de toucher la terre. Et c'est ce qu'il fait qu'il y a en ce moment une espèce de

[329] Extrait de l'entretient avec Frédéric Bodet, conservateur à la Cité de la céramique, Sèvres. Enquête de terrain 2014

> sursaut, d'impression que les étudiants font quelque chose avec la terre. Mais ils le font d'une manière assez anarchique, souvent à l'extérieur de l'école ou dans des conditions très malaisées à l'intérieur de l'école, où il n'y a pas d'implication technique et d'environnement technique à leur disposition. Et ceux qui vont vouloir persister dans cette étude des matériaux céramiques, -mais cela ne s'improvise pas, vous le savez bien-, vont devoir faire de stages, et trouver par eux-mêmes, et à l'extérieur de l'école, la possibilité de faire de la céramique[330] »

Pour Frédéric Bodet, cela explique la demande « frénétique » de résidences d'artistes pour travailler la céramique. À la Cité de la céramique, Sèvres par exemple, il affirme recevoir constamment de nombreuses candidatures auxquelles il ne peut donner suite :

> « Il y a un embouteillage terrible ! Ici à Sèvres, un peu de partout ! au CRAFT à Limoges, à Lezoux en Auvergne, à S'Hertogenbosch (Centre européen de céramique) aux Pays-Bas… tout le monde veut y aller ! »

Ce retour d'un enseignement de la céramique au sein des écoles d'art est de plus en plus souhaité par le corps étudiant, mais il est surtout relayé par le marché. La réintroduction de la céramique au sein de l'enseignement supérieur est soutenue par les galeries, conscientes de la demande grandissante en céramique et art contemporain en céramique de la part des amateurs d'art :

> « Je crois que certaines écoles vont accepter de réintroduire des ateliers de céramique, pour qu'il y ait les environnements techniques que des céramistes viennent enseigner dans les écoles sous forme de workshops… par ce qu'il y a une demande des étudiants. Et cette demande est aussi relayée par des galeries qui sentent que les jeunes artistes font des pièces de céramique qui se vendent, qu'elles intéressent les collectionneurs, et que c'est un matériau qui a beaucoup à dire. […] Donc ça va revenir dans les écoles, ça va obliger aux écoles de réadapter leur enseignement à redonner envie de travailler aux étudiants de leurs mains[331] »

---

[330] *Ibid.*

[331] *Ibid.*

Dans cet espace artistique où l'autodidactie occupe une place prépondérante, les acteurs du milieu professionnel comme du marché s'accordent pour contribuer à l'amélioration des conditions de la création à travers le développement d'espaces de formation/transmission de plus en plus appropriés et innovants.

1.2 Des rencontres professionnelles aux lieux de création

Les regroupements et associations professionnelles, locales, régionales ou nationales, organisant des marchés, salons, etc., conduisent aussi diverses initiatives ayant pour but de développer et transmettre les connaissances et savoir-faire du métier. Ces espaces sont le scénario de véritables instances secondaires de socialisation et de transmission du métier. Selon Flora Bajard, ces dispositifs « constituent l'aboutissement du processus d'institutionnalisation des normes, elles jouent un rôle dans l'autonomisation institutionnelle du milieu, et elles participent de son autonomisation professionnelle et de la recomposition permanente de cette identité collective[332] ». La trajectoire de certains céramistes se trouve marquée par la participation à certaines de ces manifestations où l'on peut se former aux techniques, renforçant le sentiment d'appartenance à la communauté. C'est le cas pour Nanny Champy :

> « Je fais de la céramique depuis plus de 30 ans et c'est assez difficile de vendre de la céramique. On est un milieu très ami, on est vraiment toute une bande et finalement on fait beaucoup de choses entre nous. Moi, mon expérience forte a été le Printemps de potiers à Bandol. J'ai été invitée et ça m'a aidé à démarrer, il y a 20 ans. Puis mon mari est très connu dans le monde de la céramique, j'ai eu quelques ouvertures de portes, mais où j'ai pu démarrer toute seule ça a été Bandol. J'ai vécu une ambiance incroyable, de communion entre les potiers, avec la fête, avec les rencontres professionnelles[333] »

[332] Flora Bajard, *Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être*, Thèse de doctorat (en cours de publication), Université de Lausanne, Institut des Sciences Sociales, s.l., 2014, p. 416.

[333] Propos issus de l'entretien avec Nanny Champy, céramiste et organisatrice des Journées de la céramique Saint Sulpice - Enquête de terrain 2015

De cet extrait ressort la logique de transmission des compétences techniques et sociales ainsi que le paramètre de la sociabilité. Du milieu « très ami » aux opportunités données par son partenaire bénéficiant d'une forte reconnaissance, ces espaces de partage des savoir-faire induisent l'idée que l'expérience du travail artistique et technique est un moyen de résistance face au risque de disparition des savoir-faire, comme l'affirme David Berliner : « Transmettre est devenu une valeur aussi bien individuelle que politique, dont l'intention peut être l'affirmation de soi dans un contexte perçu comme mondialisé et déracinant[334] ». C'est en 1983 qu'ont eu lieu les premières Journées professionnelles dédiées aux céramistes « Le Printemps des potiers » à Bandol[335]. Ce dispositif composite structuré autour d'un « marché de potiers, une exposition « de prestige » (notamment des intervenants aux rencontres) et quatre journées de rencontres professionnelles où de céramistes confirmés vont « sous forme de « workshop », faire, montrer, expliquer, dialoguer avec des stagiaires appartenant tous, de près ou de loin au métier[336] ». Sur le site web de l'événement, on lit :

> « Le marché sur le port de Bandol, avec le début du printemps, le soleil, les jolis bateaux… n'est que la partie visible de l'iceberg. Nous avons la détermination (pour ne pas dire la prétention) de travailler en profondeur, dans toutes les directions susceptibles de diriger les feux de la rampe sur une activité encore mal connue, mais cependant si passionnante dans sa pérennité évolutive : La Céramique[337] »

Ici, se cristallisent les diverses stratégies de communication, de médiation, de transmission et de perpétuation de cette culture matérielle et immatérielle[338] de la céramique. Le premier symposium international de céramique à La Borne remonte à 1977 sous l'impulsion d'Alain Girel, céramiste ayant vécu à la Borne avant de

---

[334] David Berliner, « Anthropologie et transmission* », *Terrain. Revue d'ethnologie de l'Europe*, 5 septembre 2010, n° 55, p. 4-19.

[335] Cette initiative a vu le jour sous l'initiative de Martine Crochet et Pierre Dutertre et un groupe de céramistes de la Région PACA et se donne pour but de nourrir et de transmettre les savoirs des céramistes de différents horizons.

[336] Source : site web su « Printemps des potiers » de Bandol. URL : http://www.leprintempsdespotiers.com/qui-sommes-nous/

[337] Ibid.

[338] D. Berliner, « Anthropologie et transmission* », art cit.

s'établir à Chasselas, en Bourgogne en 1981 avec sa compagne et céramiste sculptrice, Jeanne Grandpierre[339]. Depuis, ces rencontres entre céramistes ont évolué sous différentes formes : des espaces pour échanger des secrets, découvertes, techniques, expérimentations et perceptions diverses. Ils sont les lieux de socialisation par excellence où se construisent les identités du métier de céramiste, s'établissent les normes et les éthiques[340] et se transmet la « mémoire potière ». En effet, dans ces lieux se déploie la dimension affective entre pairs, exprimée par des liens amicaux, des conceptions du métier, des postures idéologiques et autres traits caractéristiques de la profession. Cependant, ils sont aussi les territoires de combats où se confrontent des positionnements idéologiques individuelles et collectifs. L'expérience d'Alain Girel, incarne cette bataille politique pour la reconnaissance institutionnelle de la céramique. En effet, deux ans après avoir démarré son enseignement à la section poterie-céramique de l'école de Beaux Arts de Mâcon, Alain Girel organise le premier Symposium des écoles d'art en 1984. Et en 1985 il entame le montage d'un projet pour la création du CIREC « Centre international de recherche, enseignement et formations céramique » dans la région de Bourgogne (le lieu qui avait été choisi était le Château de Vinzelle, aujourd'hui domaine vinicole) auquel il a consacré plusieurs années de sa vie. Le Conseil Général, le ministère de la Culture et le ministère de l'Artisanat lui avaient confié la mission de conceptualiser le projet avec une subvention de 50.000 francs[341]. Ce projet devait être le premier espace de ce type en France et en Europe. Il visait à proposer une spécialisation du niveau de troisième cycle à travers une approche du métier et ses pratiques sous forme de résidences de recherche et de création :

---

[339] Carole Andréani, « 30 ans de céramique », *Revue de la céramique et du verre*, janvier 2015, n° 200, p. 49-60.

[340] F. Bajard, *Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être*, *op. cit.*

[341] La conception du projet consistait d'abord en quatre étapes : 1) Réalisation d'une étude ayant abouti en un rapport de la situation de la céramique et de son enseignement en France (une enquête auprès des céramistes professionnels, dont les figures emblématiques telles que Daniel de Montmollin, Pierre Bayle, Camille Virot...), 2) Conception et développement du projet[341] (fonctionnement, budget, lieu). Les budgets prévisionnels d'investissement (900 000 francs) et de fonctionnement (1.100 000 francs) prévoyaient ainsi des ressources issues des subventions accordées par les collectivités publiques, la cotisation des membres, etc.

> « Une année de préfiguration active de la vie professionnelle impliquant l'expérience de toutes les techniques céramiques et l'approche des hautes technologies. Une plaque tournante où la multiplicité des interventions menées par des professionnels, des industriels, des spécialistes de l'environnement et du marché de l'art permettra à l'étudiant dans ce contexte de mise en relation de se préparer à une réelle insertion professionnelle et à être socialement adapté[342] »

Ce vaste projet était envisagé sous une forme similaire à celle du CIRVA (Centre international de recherche sur le verre et les arts plastiques), un centre de recherche et de création contemporaine avec le verre, créé en 1983 sous l'initiative du Ministère de la Culture à l'École des Beaux Arts d'Aix-en-Provence, sous la direction de Françoise Gichon puis établi en 1986 à Marseille. Il est dirigé aujourd'hui par Isabelle Reiher :

> « Le Cirva accueille des plasticiens, designers ou architectes ayant des pratiques variées et désirant introduire le verre dans leur démarche créatrice. Ces artistes développent leurs projets de recherche et de réalisation, assistés de l'équipe technique du Centre, selon les modalités et le rythme convenant à chacun des projets. Les artistes accueillis se confrontent, le plus souvent pour la première fois, à une matière difficile à maîtriser. Chacun des artistes révèle dans le matériau ce qui contribue à enrichir sa propre démarche. Depuis trente ans, le CIRVA a accueilli quelque 200 artistes pour des projets divers, tant dans le domaine de l'art contemporain que du design et des arts décoratifs. Il possède une collection d'environ 600 œuvres qui sont montrées au cours d'expositions ou dans des musées et centres d'art à travers le monde[343] ».

Graphique 3 : Statuts Cirec et Cirva : *Les statuts de l'association du CIREC ainsi que ceux du CIRVA mettent en évidence le rapprochement existant entre ces deux projets (Annexe N°3 : Statuts Cirva et Cirec).*

[342] Alain Girel, *Projet de création d'un centre international de recherche, enseignement et formation céramique*, s.l., Archive inédite, 1988.

[343] Source : http://www.cirva.fr/v2/fr/presentation - Consulté en juin 2015

Objectifs CIREC	Objectifs CIRVA
1- La formation artistique et technologique des céramistes et des étudiants des écoles d'art (relations avec l'environnement, les écoles d'architecture et la création industrielle) ; la formation de 3e cycle et hors cursus pour les plasticiens en général et artistes de la terre (secteurs professionnels concernés : conservateurs, architectes, enseignants, animateurs culturels, journalistes, galeristes, etc.). Ce par des interventions ponctuelles telles que des stages ainsi que par un enseignement permanent (formation continue des adultes). 2- Recherche en la création relative à la terre et leurs répercussions en matière économique (industrie, environnement, architecture), scientifique, technologique, sociale et culturelle. 3- La tenue d'expositions et, plus largement l'organisation de manifestations de toutes sortes (symposiums, colloques, séminaires, etc.) propres à favoriser les rencontres et les échanges en vue d'un meilleur développement des arts de la terre, de leur meilleure intégration dans les domaines artistiques, industriels et le cadre de vie. 4- Le développement d'échanges nationaux transdisciplinaires dans le cadre d'institutions complémentaires (universités, CNRS, etc.) et d'échanges internationaux tant avec les créateurs qu'avec les institutions pédagogiques, artistiques et technologiques.	1- La formation artistique et technologique concernant le verre. 2- Les activités de recherche et projets relatifs au développement de la création ayant comme support le verre et dons les implications s'opèrent dans les champs économiques, scientifiques, technologiques, social et culturel. 3- Les actions expositions, manifestations favorisant les rencontres et les échanges et permettant un meilleur développement des arts du verre, une meilleure intégration dans le champ artistique, la production industrielle et le cadre de vie. 4- Le développement d'échanges nationaux transdisciplinaires avec des institutions de définition complémentaire et des échanges internationaux aussi, bien avec les créateurs qu'avec les institutions.

La réalisation d'une enquête (Annexe N°4 : Questionnaire Alain Girel) sur la création de ce centre avait obtenu environ cent cinquante réponses des professionnels des métiers d'art, plasticiens, conservateurs, étudiants et surtout des professionnels du monde de la céramique. On compte parmi les répondants des personnalités emblématiques du milieu, telles que Gilbert Portanier (céramiste), François Mathey (conservateur musée des Arts décoratifs de Paris), Pierre Bayle, Claude Champy (céramiste). Ils ont été nombreux à exprimer de manière unanime leur soutien dans la création du centre. Voici quelques exemples :

> « Il est temps qu'en France comme au Japon, aux USA, on considère la céramique comme un matériau porteur d'un contenu culturel essentiel. Tous les encouragements pour votre entreprise »
>
> *Gilbert Portanier (Céramiste)*

> « Il y a une tradition céramique à Mâcon qu'il convient de conserver, mais c'est moins un problème de lieu que d'hommes. Celui qui sera convaincu de la nécessité

de ce projet et qui jouira d'un prestige personnel grâce à son expérience possède la réponse. Le reste n'est que broutille administrative »

François Mathey (conservateur de musée)

« S'il y a ce projet, mes moyens sont modestes, mais je participerai. Tenez-moi au courant de l'évolution de la chose ».

Pierre Bayle (Céramiste)

L'expérience entreprise par l'atelier de céramique de Mâcon doit absolument se poursuivre, elle est complémentaire au fonctionnement d'autres écoles, donc indispensable »

Michel Delmotte (Plasticien et enseignant)

Malgré les efforts fournis durant plus de quatre ans, le soutien de toute la communauté céramique et quelques personnalités du monde de l'art en France, et le début de l'expérience, le projet sera finalement refusé il n'aboutira pas pour diverses raisons, dont certaines éminemment politiques[344]. En avril de 1989, Alain Girel adressait une lettre aux céramistes ayant soutenu le projet (Annexe N°5 Lettre d'Alain Girel aux céramistes) suite à une réunion de concertation-conciliation ayant eu lieu en avril 1989 au ministère de la Culture

« L'assurance que ce projet verrait le jour m'y a été formellement confirmée, mais nous sommes restés sur nos positions respectives : la Direction des Arts plastiques situant le lieu à Limoges et moi-même proposant un lieu neuf et neutre […] Il est bien dur de ne pas avoir le soutien de notre ministère pour des raisons d'image et de relations internationales, mais il est en même temps de plus en plus insupportable de voir notre présent et l'avenir de nos cadets manipulé par une administration omniprésente aux mains de jongleurs technocrates »

L'échec de ce projet reflète les orientations des politiques culturelles et l'intérêt limité pour la discipline. Le non-aboutissement du CIREC cristallise en même temps les catégorisations hiérarchiques opérationnelles aussi bien dans le milieu de l'éducation

[344] Ces informations émanent de l'étude des Archives inédites procurées par Sylvia Girel, fille du céramiste ainsi que co-directrice de la thèse.

artistique que chez les décideurs publics. Alain Girel recevra de nombreuses lettres de soutien en provenance de divers acteurs du milieu, exprimant leur solidarité, mais aussi leur mécontentement et incompréhension face à la décision ministérielle[345] :

> « Ce projet est peut-être trop beau pour empêcher que de tristes ringards s'en emparent et en fassent une triste copie. Courage »
>
> *Pierre Bayle (céramiste)*

> « Je suis consternée que l'on puisse sans raisons valables refuser votre projet […] Que faut-il faire ? Pourquoi ce désengagement du Ministère de la culture ? Ce n'est pourtant pas à cause de votre budget qui est minime. Nulle part en Europe un tel centre existe. Un centre comme le vôtre doit exister, et si ce n'est pas en France, il existera ailleurs. Alors, pourquoi, puisque tout est prêt à fonctionner à Mâcon, avec toute l'énergie, pourquoi vous refuser le soutien financier ? J'ai de la peine à comprendre ».
>
> *Aline Favre (céramiste)*

Cette non-suite a été considérée comme un échec pour la communauté céramique. Moins de dix ans après le début de l'aventure du CIREC, va se créer (en 1993) le CRAFT Centre de recherches sur les arts du feu et de la terre[346], à Limoges sur un fonctionnement similaire à celui du CIRVA, et qui avait été proposé par Alain Girel pour le CIREC en 1985. Le CRAFT de Limoges est aujourd'hui une institution spécialisée reconnue surtout pour son fonctionnement entrelaçant l'art contemporain, le design et le patrimoine. Si le centre est né sous le modèle du CIRVA, la différence est que Limoges entretient une histoire commune avec la porcelaine contrairement à Marseille avec le verre. Cette différence s'impose comme l'un des arguments clés légitimant l'existence du CRAFT. En effet, la fondation du CRAFT s'enracine dans l'histoire industrielle de la porcelaine, suite à la découverte de kaolin près de Limoges dans la seconde moitié du XVIIIe siècle. La production de porcelaine de Limoges est

[345] Malgré ce revers de situation, Alain Girel continuera son implication forte dans le champ de la transmission et la diffusion de la céramique.

[346] Le CRAFT est soutenu par le ministère de la Culture – DRAC Limousin, le Conseil régional du Limousin et la Ville de Limoges.

alors devenue, à l'instar de la porcelaine de Sèvres, l'une des plus réputées en France et reconnue dans le monde entier :

> « Le CRAFT […] invite des artistes, designers, architectes à réaliser un projet utilisant les matériaux céramiques. Il mène une double réflexion : vers l'industrie à qui il propose de se servir du design comme moteur de développement et vers les artistes avec lesquels il entreprend des recherches plastiques en utilisant la céramique comme médium. La céramique est ainsi un support au service de la création dans le renouvellement constant des techniques et de la pensée aussi bien dans l'œuvre d'art, la pièce unique, que dans la production industrielle[347] »

La multiplicité de collaborations entre artistes, techniciens, industriels et artisans, met en lumière le travail parcellisé de la construction des projets artistiques, mais aussi de la dimension politique de l'art. L'acronyme de l'institution fait allusion au mot *Craft*, de l'anglais « artisanat d'art ». Se situant de fait dans une logique de continuité avec l'action engagée par le mouvement Arts and Crafts en Angleterre au XIX siècle, voué à la réhabilitation des savoir-faire traditionnels et de la refondation des arts, il existe un décalage entre le nom et son intentionnalité. En effet, le CRAFT défend d'abord une approche du matériau avec une vocation artistique. Ses objectifs s'orientent formellement vers un détachement de la valeur « traditionnelle » de la porcelaine en ce qu'elle est associée aux régimes artisanaux et industriels. Les collaborations entre céramique, art contemporain et design qu'ont lieu au CRAFT, aspirent à redonner de la valeur à un domaine considéré à l'écart depuis longtemps : « Après quinze ans d'existence […] le CRAFT a réussi son principal objectif : celui d'intéresser à nouveau le monde de l'art au matériau céramique[348] ». Cette affirmation induit que la matière est le point de départ du projet. Et c'est à travers elle que l'institution vise à questionner les catégorisations instituées et mieux saisir les rapports entre différents registres. Nestor Perkal[349], ancien directeur artistique du CRAFT, avançait dans une

---

[347] Site du Centre national des arts plastiques : http://www.cnap.fr/craft-centre-de-recherche-sur-les-arts-du-feu-et-de-la-terre (consulté en juillet 2016)

[348] Centre de recherche sur les arts de feu et de la terre (ed.), *L'expérience de la céramique*, Suresnes, B. Chauveau, 2007, p. 12.

[349] Nestor Perkal a été Directeur artistique du CRAFT à Limoges de 1994 à 2009, période durant laquelle il a invité environ 70 artistes, designers et architectes, à réaliser de projets avec la céramique

conversation avec Raymond Guidot[350] : « Je ne crois pas à la fascination du matériau. Le matériau est un outil comme un autre au service du travail artistique[351] ». Son interlocuteur répondait : « Je suis totalement d'accord avec toi. Aimer ou pas tel matériau n'est pas la question. Il est plus intéressant de s'interroger sur ce qu'on peut en faire. Oui, il s'agit de trouver au matériau d'autres voies[352] ». Ces deux figures du monde du design soulignent l'orientation discursive de l'institution fondée sur la rhétorique du renouveau de la céramique ou de l'art contemporain en céramique dans l'optique d'un passage de l'éthique céramique vers l'éthos artistique : « Je pense que le CRAFT sert à essayer de comprendre et d'analyser à quoi peut servir aujourd'hui la céramique. Si on y parvient, c'est plus que satisfaisant ». Cette volonté annoncée d'ouverture de la céramique vers d'autres univers rend visible la dimension artifiée du matériau, mais questionne le monde de la céramique actuelle et l'éthique professionnelle qui s'y rattache. L'appropriation singulière du matériau sert à casser le « dogme » de la céramique en faisant intervenir des artistes étrangers à la pratique. Il s'agit ainsi d'« un apport qui rafraîchit l'utilisation ancestrale du matériau et qui permet aux artistes de le reconsidérer ». C'est donc en imposant le matériau céramique comme point de départ que le CRAFT projette de dépasser la contrainte technique et matérielle par l'expression artistique personnelle : « Le CRAFT est un centre où l'on peut imaginer même l'impossible », affirme Perkal. Cette notion d'« impossible » renvoie d'une part à une application novatrice de la matière, et de l'autre, à l'articulation entre deux mondes marqués par de forts clivages. Lorsque Raymond Guidot questionne Nestor Perkal pourquoi, alors qu'il existe un « monde artisanal qui vit bien et qui fait du bon boulot. Pourquoi Nestor, ne demandes-tu pas aux artisans d'intervenir ? » Perkal répond : « J'ai essayé, mais les artisans ne veulent pas trop questionner le sens de leur œuvre. Les artisans ont un regard trop concentré sur la matière. Ils oublient la question de l'art ou du design. Il existe en dehors d'eux

---

(porcelaine et faïences). Sur son site, on peut lire : « Lieu de référence, le CRAFT a contribué à redonner une image contemporaine à la céramique ». Source :

[350] Raymond Guidot est historien du design, ingénieur de l'Ecole nationale supérieure des arts et métiers. Il a été collaborateur de Roger Tallon de 1961 à 1969 et a enseigné à l'Ecole nationale supérieure de création industrielle à Paris. Il fut également ingénieur-conseil au Mnam/Cci du Centre Pompidou où il a été le commissaire de nombreuses expositions sur le design. Source : https://www.centrepompidou.fr/

[351] Centre de recherche sur les arts de feu et de la terre (ed.), *L'expérience de la céramique*, *op. cit.*

[352] *Ibid.*

des artistes qu'ont choisis de manière préférentielle la céramique comme Johan Creten, Elmar Trenkwalder ou encore Elsa Sahal. Ils connaissent l'histoire de la céramique autant que l'histoire de l'art. Ce profil d'artiste m'intéresse[353] ». Cette posture reste toutefois mal acceptée par la communauté professionnelle de la céramique laquelle critique l'absence de véritables céramistes « héritiers » du patrimoine céramique, au sein des institutions spécialisées comme le CRAFT ou la Cité de la céramique, Sèvres, pour ces collaborations. La logique du CRAFT agrège à la valeur artistique de la céramique une valeur patrimoniale, mais tente de la reconsidérer au sein de la création actuelle. Elle est perçue comme une forme d'exclusion de la communauté céramique du corps artistique au profit des plasticiens.

Le CRAFT n'a toutefois pas réussi à l'heure actuelle, à s'imposer dans le paysage artistique avec les effets attendus notamment en termes de reconnaissance de la céramique à travers la création d'un centre de recherche et de création, comme a pu le faire le CIRVA pour le verre, et seulement vingt ans plus tard, la Cité de la céramique, Sèvres et Limoges avec la céramique. Est-ce que la création du CIREC à Mâcon, aurait-elle pu réussi à opérer un changement d'échelles de reconnaissance au niveau des institutions culturelles[354] ? Serait-il parvenu à modifier les échelles de légitimité et référentiels artistiques structurant les mondes artistiques que fonde le combat de la céramique depuis près de quarante ans ? Nous n'avons pas la réponse. Néanmoins, l'analyse de ces processus par les dialectiques de rupture et de continuité avec la tradition et tout le socle patrimonial de la céramique, peut avancer quelques pistes de réflexion. Si le dépassement des cadres du versant patrimonial de la céramique peut se lire aussi comme un processus de transmission partielle de la tradition, le CRAFT privilégie davantage la rupture et l'innovation que la reproduction et la tradition, comme l'affirme Jean Davallon dans cet extrait :

> « La patrimonialisation est une forme originale de production de continuité dans une société qui privilégie davantage rupture et innovation que reproduction et tradition. À partir du présent, elle (re) construit un lien avec des hommes du passé en décidant de

[353] *Ibid.*, p. 14.

[354] Ces effets sont ceux produits par des institutions comme le Mucem à Marseille, qui, dans le cadre de la démocratisation et de la décentralisation culturelle, se sont imposés au sien d'un territoire comme le point référentiel permettant de mesurer le reste de l'offre artistique existante et en mutation.

garder des objets qu'ils nous ont "transmis", pour les transmettre à d'autres à venir[355] »

En effet, en deçà de la conception « purement » céramique, la pratique des artistes, céramistes et potiers, se place au cœur des normes et valeurs de la céramique d'art et à la fois aux marges des « bonnes » pratiques. Dans de nombreux cas, la réflexion sur la valeur historique, sociale et culturelle de la céramique intègre l'univers symbolique des objets en assurant une continuité entre le passé et le présent. La céramique d'art, la céramique d'art contemporain ou l'art contemporain en céramique deviennent ainsi le support de l'héritage, voire les héritiers de ce qui a été hérité et qui peut être transmis. En d'autres termes, la céramique d'art viendrait se positionner comme le centre et les pratiques plus contemporaines, comme les périphéries où s'extériorise ce qui aurait été intériorisé du socle culturel céramique. La revalorisation des marques du monde originel (la culture céramique) constitue le lien avec le présent et assure sa transmission vers le futur. La continuité semble ainsi partielle puisqu'elle redéfinit voire transforme les valeurs patrimoniales en artistiques. Diverses questions surgissent alors : Peut-on parler d'une volonté d'artification du patrimoine au sein de la communauté professionnelle ? Serait-il cohérent de parler de des-patrimonialisation au sein d'une institution telle que le CRAFT ? Au long de la recherche, nous avons perçu un certain désintérêt de la part des acteurs du monde de la céramique à l'égard de cette institution. Deux principales raisons pourraient expliquer ce phénomène. D'une part l'écartement de l'institution du monde de la céramique provoqué par l'idée que le projet imaginé et porté par un céramiste (Alain Girel) et soutenu par l'ensemble de la communauté céramique, ait été repris et matérialisé par d'autres acteurs issus notamment du monde de l'art contemporain et du design. L'autre raison, sus-jacente de la première, concerne les spécificités de l'institution : sa spécialisation dans la porcelaine, et de l'autre, son orientation privilégiée pour l'art contemporain. Les collaborations proposées par le CRAFT fonctionnent sous des paramètres semblables aux résidences proposées par la Cité de la Céramique, Sèvres. Lors d'une conférence sur les croisements entre sculpture et design donnée par Frédéric Bodet, dans le cadre des activités du Club de collectionneurs de céramique « Les céramophiles », un

[355] Jean Davallon, *Comment se fabrique le patrimoine ?*, http://www.scienceshumaines.com/comment-se-fabrique-le-patrimoine_fr_12550.html , 2009, (consulté le 19 novembre 2015).

membre du public interrogeait : « Pourquoi Sèvres n'invite pas des céramistes ? Imaginez-vous tout ce qu'ils pourraient faire avec tout ce qu'ils ont à disposition ? » En réponse à cette question, une autre personne du public se prononçait : « Je pense que c'est un choix qui permet à l'institution de survivre. On s'adapte au monde dans lequel on vit. Sèvres fait partie des dernières institutions qui peut se permettre de continuer une production comme jadis. Mais elle est obligée de s'actualiser… » Cette situation met en lumière plusieurs problématiques : la première concerne la séparation de l'artiste et le céramiste par la spécialisation de ce dernier. Mais pour le monde de la céramique, la spécialisation est considérée comme le point de départ d'une maîtrise et d'un travail de qualité : « Imaginez tout ce qu'il pourrait faire ! » Pour cet amateur, bénéficier de la mise à disposition des équipements de technologie de pointe, comme ceux que possède la manufacture de la Cité de la Céramique, représente un privilège dont les céramistes pourraient tirer un plus grand profit que les artistes formés à d'autres matières.

2. Des institutions muséales aux lieux spécialisés

L'expérience du CIREC et du CRAFT introduit la problématique institutionnelle. Comment se configure l'institution muséale par rapport aux attentes des acteurs du milieu et plus particulièrement des publics ? Comment se positionnent les lieux dédiés à la céramique face à la création contemporaine ? Lors d'une visite au musée National de Sèvres ou au musée Départemental de Gap, le visiteur déambule au milieu d'objets archéologiques, de faïences, d'objets design contemporains, dont certains faits avec de la céramique. Parfois la matière est explicitée, parfois seuls l'origine, l'usage (s'il a lieu) et l'époque. Mais les grandes collections publiques de céramique contemporaine ne sont pas nombreuses. On compte parmi les plus importantes : la Cité de la Céramique, Sèvres et de Limoges (à Limoges le musée Adrien Dubouché), certains musées de céramique en province comme le musée Magnelli à Vallauris. D'autres institutions comme la Piscine à Roubaix, certains musées des Beaux Arts comme celui de Lyon et divers musées des Arts décoratifs de différentes villes comme le Château Borély musée des Arts décoratifs, du design et de la mode de Marseille, possèdent des collections céramiques contemporaines. Il existe aussi d'autres types de structures plus petites, notamment associatives, se consacrant à la création céramique

actuelle comme le Centre de céramique contemporaine de la Borne. Si bien est vrai que « l'entrée dans une grande collection a un effet très positif sur la réputation de l'artiste[356] », elle pourrait contribuer aussi à rehausser le statut de la discipline.

La Cité de la céramique —au même titre que la cité des arts, la cité de la musique, la cité de l'architecture et du patrimoine — est un lieu qui opère à la visibilité et à la revalorisation d'une tradition d'une pratique artistique. La Cité de la céramique, Sèvres, issue de la fusion de la Manufacture de Sèvres et du Musée National de la Céramique, Sèvres, en 2010 et rejointe par le Musée National de céramique de Limoges Adrien Dubouché en 2012, constitue l'institution phare de la céramique en France.

Bref historique de la Cité de la céramique

L'histoire du musée de Sèvres est liée a celle de la Manufacture, qui dès le XVIIIe siècle, constitua le début de sa collection. Tous deux sont situés dans un cadre exceptionnel de quatre hectares aux portes de Paris. Le musée est né au début du XIXe siècle sous l'administration d'Alexandre Brongniart, dirigeant alors la manufacture de Sèvres. Ce musée se donne pour objectif de réunir, conserver et présenter les céramiques de tous les temps et de tous les pays. La « collection de poteries » présente plus de 60 mille pièces datant de l'antiquité gallo-romaine, des objets du Moyen-Orient et de toutes les grandes fabriques européennes (Rouen, Nevers, Moustiers, Weenwood, Meissen, Limoges…). Les céramiques françaises sont classées par époque et par origine et une grande partie des objets présentés dans le musée proviennent de la Manufacture. Il bénéficie de l'appellation Musée de France[357] et depuis 1986, le Musée de Sèvres est membre du Comité Colbert[358]. La Manufacture de Sèvres, de son côté, a été créée en 1740, année où

[356] Raymonde Moulin, *Le marché de l'art: mondialisation et nouvelles technologies*, Paris, France, Flammarion, DL 2009, 2009, p. 35.

[357] Le label Musée de France : la définition qui donne la loi relative aux musées de France est « toute collection permanente composée de biens dont la conservation et la présentation revêtent un intérêt public et organisé en vue de la connaissance, de l'éducation et du plaisir du public ». Les " Musées de France " sont des musées agrées par l'État et bénéficiant prioritairement des aides financières. Cette appellation peut être accordée à une personne morale de droit public ou de droit privé mais à but non lucratif. Les missions des musées de France sont : conserver, restaurer, étudier et enrichir leurs collections. Rendre accessibles au public le plus large. Concevoir et de mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la culture. Contribuer au progrès de la connaissance et de la recherche. Un logo spécifique aux musées labellisés a été crée par le Ministère de la Culture et de la Communication. Il figure dans la signalétique au même titre que celle existant pour les monuments historiques remarquables.

[358] Le Comité Colbert est une association loi 1901 fondée en 1954 à l'initiative de Jean-Jacques Guerlain qui rassemble aujourd'hui 75 maisons de luxe française pour le partage et la promotion en France et sur la scène internationale l'alliance de la tradition et de la modernité, du savoir-faire et de la création, de l'histoire et de l'innovation.

un atelier de porcelaine tendre est fondé à Vincennes dans une tour du château royal, sous le règne de Louis XV. Cet atelier devient une manufacture et elle sera transférée à Sèvres. Elle perpétue des techniques datant du XVIII siècle. C'est au XIXe siècle, que l'activité commerciale de la manufacture prend le dessus et qu'elle devient une importante unité de production. Le musée Adrien Dubouché de Limoges de son côté a été fondé en 1845 d'abord comme un musée d'histoire et d'archéologie du Limousin, et en 1865, en tant que musée abritant une riche collection de céramiques développée ensuite par l'homme qui lui a donné son nom. Le musée, entièrement rénové, a ouvert ses portes en 2012, année où il intègre la Cité de la céramique Sèvres-Limoges.

La Cité de la céramique est un établissement public administratif du ministère de la Culture et de la Communication. Selon une communication du gouvernement portant sur la création de la Cité de la céramique, cette décision politique publique (qui date du 4 avril 2008), devrait « développer en priorité son action en faveur de la création contemporaine, de l'accessibilité au plus grand nombre de ses collections et du renforcement des partenariats publics et privés[359] ». Comme pour d'autres musées Nationaux, il existe une Société des Amis du Musée National de Céramique de Sèvres fondée en 1930360. Cette transformation statutaire[361] a été pensée pour la création d'un pôle international de la céramique et des arts du feu favorisant entre autres le développement conjoint des activités de production, de diffusion et d'enrichissement des collections. Pour cela, les missions de la cité ont évolué. Il s'agit de continuer avec la production d'objets de céramique d'art selon des techniques artisanales du XVIIIe siècle, la conservation et l'enrichissement d'une collection nationale de céramiques et

[359] Portail des archives du Gouvernement Français. URL : http://archives.gouvernement.fr/fillon_version2/gouvernement/creation-de-l-etablissement-public-sevres-cite-de-la-ceramique.html Consulté en mai 2016

[360] Cette association régie par la loi de 1901 et reconnue d'utilité publique se donne pour objectif de favoriser le développement du musée et de ses collections, de contribuer à l'étude de la céramique grâce à des conférences, des colloques, des visites d'expositions, de musées, d'ateliers d'artistes et de demeures privées, et des voyages d'étude. Elle est soutenue par environ 600 adhérents. Sur le site web de la société les raisons pour adhérer sont formulées ainsi : « Devenir Ami du Musée national de céramique permet de soutenir son action culturelle et de mécénat, de partager sa passion pour la céramique, de renforcer les liens entre les acteurs du monde de l'art et la Cité de la céramique[360] ». Site de la société des amis de Sèvres. URL : http://www.amisdesevres.com - Consulté en mai 2016

[361] La fusion entre ces deux établissements a donné suite à de nombreux changements administratifs, bénéficiant désormais par son statut juridique d'établissement public administratif d'une plus grande élasticité financière. La Cité doit faire en sorte de trouver des financements dans le privé par le biais du mécénat, de la mise à disposition des locaux pour réceptions, colloques (pouvant se combiner avec la visite des ateliers de production) ainsi que par la commercialisation de la production. Un tiers de la production de porcelaine est attribué aux grands corps de l'État (dont nous pouvons citer le Palais de l'Elysée et l'Hôtel Matignon) et l'autre partie est commercialisée dans ses deux galeries de vente à Sèvres : l'une au sein du musée et l'autre à Paris.

de verre, de faire la diffusion et la valorisation de ses activités à travers des expositions et des publications (ainsi que la promotion de la recherche technologique et artistique dans le domaine de la céramique), mais consacre plus de la moitié de sa production à la création contemporaine. Ses trois axes d'action sont définis comme suit :

> • L'accueil des publics et le développement de la fréquentation (politique des publics, publications, programmations d'expositions dans et hors les murs, à caractère culturel ou commercial, de rencontres, de séminaires, de conférences, développements des outils de médiation numérique, notamment dans le secteur des réseaux sociaux Facebook, Twitter, interfaces à créer entre les techniques et les collections, Newsletter) ;
>
> • La revalorisation des collections (relecture des collections, nouveaux parcours dans les salles, accrochages tournants, expositions attractives et itinérantes, expositions-dossier documentées, prêts et dépôts plus ambitieux, outils numériques de présentation des chefs d'œuvre, aller-retour entre patrimoine et création …) ;
>
> • La poursuite de la politique d'invitation d'artistes (plasticiens, designers et céramistes) pour la production de nouvelles pièces et leur diffusion, et le maintien volontariste de la transmission des savoir-faire (centre de formation interne, programmes de recherches, résidences d'artistes).

Ces axes intègrent le projet de démocratisation de la culture en donnant une place centrale au public au sein du projet. La question de la démocratisation culturelle dans le milieu de la céramique est perçue comme étant arrivée très tardivement, certainement à cause de la manière dont est pensée et organisée la séparation entre savoirs de sens commun et savoirs savants, comme le expose Joëlle Le Marec à propos du partage savant/profane. Celle-ci postule que c'est la confiance que fait apparaître la manière dont l'institution construit, mobilise et objective les publics : « Cette confiance est fortement masquée par une des figures par lesquelles elle se manifeste : l'ignorance, en tant que posture socialement assumée, qui fait des profanes des « bénéficiaires » dans un rapport de délégation de savoir aux institutions spécialisées[362] ». En ce sens le rapport que les publics entretiennent avec l'ignorance face aux savoirs techniques — dans notre cas avec la production céramique — serait considéré comme une réalité « cognitive » au lieu de le considérer en tant que représentation sociale structurant des rapports sociaux, des fonctionnements

[362] Joëlle Le Marec, *Publics et musées: la confiance éprouvée*, Paris, France, L'Harmattan, DL 2007, 2007, p. 110, 111.

institutionnels et médiatiques et intégrant les médiations symboliques. C'est dans la lignée de la « révolution » des musées, de nature sociale et médiatique impulsée dans les années 1970, dont la vocation était « d'inverser le rapport traditionnel institution public, voire de faire du musée un instrument de développement communautaire au service des populations[363] », que les modes d'expression muséographiques se sont transformés et que les enjeux sociaux ont développé des langages muséographiques et la muséologie des discours rattachant l'exposition au monde des médias[364]. L'objectif étant de diversifier les publics à travers une offre censée attirer de nouvelles catégories de visiteurs, cette institution de culture technique se tourne ainsi vers l'art contemporain comme réponse à une demande sociale. La Cité de la céramique se considère comme un lieu ouvrant un dialogue entre patrimoine et création contemporaine puisqu'elle croise savoir-faire hérités du XVIIIe siècle avec la création artistique contemporaine à travers notamment une politique d'invitation d'artistes à effectuer des résidences artistiques[365]. Johan Creten, Elmar Trenkwalder, Kristin Mckirdy sont quelques-uns des artistes ayant réalisé des résidences à la Cité de la céramique. Pour cette institution, il s'agit d'élargir les champs disciplinaires au-delà des arts plastiques. Par exemple, en 2007 la manufacture accueillait Julie Desprairies, une chorégraphe et Nicolas Frize, un compositeur de musique pour une création avec la céramique comme le support de sa création.

Images. Nicolas Frize et Julie Desprairies en résidence à la Manufacture de Sèvres

[363] *Ibid.*, p. 49.

[364] *Ibid.*

[365] Un comité technique, scientifique et artistique se réunit en moyenne deux fois par an pour déterminer les artistes qui seront accueillis dans le cadre d'une résidence.

Plusieurs artistes peuvent se trouver en résidence en même temps et selon les projets en cours, le travail de création, d'ajustage, de montage jusqu'à l'installation des pièces mobilise les ateliers et des techniciens. L'activité des artistes en résidence modifie ainsi la vie de l'atelier puisqu'il « réclame l'emploi de nouvelles techniques enrichissant le cadre habituel d'intervention de l'atelier[366] ». Par exemple, pour pouvoir cuire des grands vases en fours à bois, les techniciens doivent effectuer de formations sur des techniques spécifiques. L'établissement s'inscrit ainsi dans un processus de mutation du point de vue technico-esthétique ainsi que de son fonctionnement.

La Cité : une vitrine pour les publics de la céramique

Selon le rapport d'activités de 2014 de la Cité, le profil des visiteurs est constitué de 85 ,35% de Français. Les visiteurs anglophones sont les visiteurs étrangers les plus représentés (États-Unis, Royaume-Uni, Irlande, Canada, Nouvelle-Zélande), suivis par les Japonais. Le public de ce lieu est majoritairement âgé. La population jeune, est limitée : seulement 3609 jeunes de moins de 26 ans, dont 3104 dans le cadre d'une sortie scolaire se sont rendus à Sèvres au cours de l'année sur une fréquentation totale de 88770 visiteurs. Il faut noter que cette année a été marquée par l'exposition Picasso céramiste et la méditerranée : « Il s'agit d'une fréquentation exceptionnelle et inégalée dans l'histoire de l'institution. Ce succès est indéniablement lié à l'exposition *Picasso céramiste et la Méditerranée*, présentée du 20 novembre 2013 au 19 mai 2014. L'établissement enregistrait cette année une progression de plus de 9 ,2 %[367] ». Ainsi, grâce à l'exposition Picasso, le musée a quadruplé sa fréquentation au premier semestre 2014. À la fermeture de l'exposition, l'effet induit a été immédiat.

Selon Frédéric Bodet, conservateur des collections contemporaines, le public de cette institution est très ciblé : « Il est déjà très amateur, déjà cultivé dans le domaine de la céramique. Il suit la scène de la céramique[368] », mais la difficulté de faire venir relève d'une part à cause de la situation géographique et de l'autre, de par sa nature

[366] Rapport d'activités Cité de la céramique, Sèvres 2014

[367] *Rapport d'activités CIté de la Céramique, Sèvres et Limoges 2014*, s.l., 2015, p. 161.

[368] Enquête de terrain 2014

spécialisée en une thématique contrairement à d'autres musées traitant des sujets multiples tels que le musée des Arts décoratifs de Paris où, la céramique dialogue avec d'autres objets :

> « C'est une question de localisation. À la fois, on n'est pas très loin de Paris, pas dans le cœur de Paris en tout cas. Il faut déjà être très convaincu pour venir voir une exposition de céramique dans un musée de céramique… C'est la difficulté. C'est sans doute plus facile de faire une exposition de céramique dans un musée à vocation multiple comme le sont les Arts décoratifs et aussi la position très centrale, très parisienne […] J'avoue que j'aime les musées très spécialisés, mais je suis convaincu qu'il est difficile pour un public large et pas forcement immédiatement motivé, de venir ici[369] »

À l'image des musées territoriaux, le musée de Sèvres cumule des objectifs et priorités difficilement compatibles avec l'idée de « se développer en tant qu'équipement touristique s'adressant à un public exogène, tout en continuant un travail scientifique et politique auprès des communautés de référence locales[370] ». Cette problématique semble ainsi être liée à la définition de la notion de public. Joëlle Le Marec considère que celui-ci se trouve constitué en collectif agissant autant qu'il est conçu comme une représentation sociale, émanant d'un point de vue du lieu fréquenté ou des instances de production : « Le besoin de la notion de public est très différent selon le niveau auquel s'exerce l'activité institutionnelle professionnalisée[371] ». Ainsi, malgré une programmation d'actions de médiation autour des expositions temporaires et des collections permanentes — des plus classiques (audioguides, fiches pédagogiques et autres documents d'aide à la visite, ateliers de modelage) aux plus originales (parcours sensoriel, jeux de piste pour les anniversaires, « les petits dégourdis de Sèvres » — la fréquentation de ce musée demeure faible et ses publics peinent à se renouveler. Les préoccupations concernant la fréquentation deviennent comme le signale Joëlle Le Marec, « trop souvent la mesure à tout faire, jugée nécessaire et suffisante pour apprécier à la fois la

[369] *Ibid.*

[370] J. Le Marec, *Publics et musées*, *op. cit.*, p. 26.

[371] *Ibid.*, p. 35.

fréquentation et la réalisation des objectifs culturels et sociaux des (tels) établissements [372] ». C'est ainsi que l'évaluation de l'impact à partir de la fréquentation peut être biaisée et requérir une approche d'ordre qualitative.

2.1 Entrer dans une collection pour construire sa notoriété

La réputation d'un artiste comme de sa discipline est déterminée par une série d'actions comme la sortie du marché potier, par l'exposition en galerie, l'édition d'un catalogue... Et on sait aussi qu'un événement crucial est l'entrée dans une collection publique ou privée. En 2015, l'ouverture du parcours contemporain au sein du Musée de la Cité de la Céramique, Sèvres, constitue l'aboutissement d'un projet souhaité et attendu dans le milieu. Ce parcours présente pour la première fois dans les salles des collections permanentes « un ensemble significatif d'œuvres en céramique modernes et contemporaines des années 50 à nos jours (…) 182 œuvres sorties des réserves, dont 67 ont été conçues dans les ateliers de la Manufacture de Sèvres[373] ». Les œuvres sont toutes en céramique et émanent des grandes figures de l'art comme Louise Bourgois, Alexander Calder, Pablo Picasso, Ettore Sottsass et Pierre Soulages aux côtés des créations de : Emile Decoeur, Maurice Gensoli, Mario Prassinos, Jean Arp, François-Xavier Lalanne, Nicole Giroud, Aurélie Nemours, Jaume Plensa, Johan Creten, Myriam Mechta, Nathalie Talec, Elmar Trenkwalder, entre autres. Ce parcours a vocation à être renouvelé et les œuvres exposées devront tourner avec d'autres objets qui se trouvent dans les réserves du musée. Ce choix d'œuvres contemporaines en céramique au sein d'un musée voué au patrimoine technique correspond à ce que Boris Groys appelle la « muséographisation de la contemporanéité ». En effet, en introduisant la céramique contemporaine au sein de ce musée, se renverse la relation traditionnelle entre le musée en tant qu'institution et la vie contemporaine puisqu' « il ne montre plus le passé dans le contexte de la contemporanéité, mais plutôt la contemporanéité dans le contexte d'un passé « muséographie[374] » ». Il s'agit aussi d'une stratégie devenue quasiment obligatoire

[372] *Ibid.*, p. 51.

[373] Source Site web de la Cité de la Céramique, Sèvres. (Consulté le 5 mai 2015), URL: http://www.sevresciteceramique.fr/site.php?type=P&id=794

[374] Boris Groys, « Le musée pour l'installation d'art contemporain », *Hermès, La Revue*, 1 décembre 2011, n° 61, p. 69-75.

face aux attentes des publics pour retrouver l'art contemporain ainsi qu'aux demandes de pouvoirs publics et financeurs divers dans le soutien à la création. L'importance de ce parcours est liée à la multiplication d'expositions temporaires au détriment de l'intérêt des expositions permanentes. Néanmoins, elle se pose en complémentarité avec les dispositifs divers que le musée accueille en son sein et hors les murs (comme le montre « Sèvres Outdoors » une exposition d'œuvres monumentales dans les jardins de la manufacture, ou encore « Sèvres, réinventer l'ailleurs » qui est une exposition de céramiques au sein des aéroports de Paris qui a eu lieu en 2016[375]) et qui mettent pour la plupart d'entre elles la création contemporaine à l'honneur. Ce que relate Frédéric Bodet au sujet du partenariat établi entre la Cité de la céramique, Sèvres et la Maison Rouge dans le cadre de l'exposition « Ceramix » est révélateur de ces réalités complexes de la muséographisation de la contemporanéité. En effet, les œuvres d'artistes céramistes contemporains que l'institution possède ne sont pas suffisamment nombreuses.

> « La commissaire avec qui on va travailler c'est Camille Morineau, qui est conservatrice des collections contemporaines du Centre Pompidou, et c'est un projet qu'elle a présenté à la Maison Rouge. Et la Maison rouge a souhaité le faire avec une institution de céramique. Parce qu'ils pensaient qu'on avait justement beaucoup de pièces de grands artistes du XX siècle ayant fait de la céramique. Or, on en n'a pas tant que ça. On a un peu, mais on a sans doute un peu mois que l'on imaginait. Et donc on va avoir beaucoup de prêts extérieurs. Et ils ont approché un musée de céramique pour pouvoir faire cette exposition, et donc c'est à Sèvres, comme ça aurait pu être les Arts décoratifs de mettre en valeur la céramique[376] »

Si la présence de céramique contemporaine est limitée au sein des musées de céramique, elle l'est d'autant plus au sein des collections d'art contemporain. Ces sont de multiples vecteurs de complexité qui entrent en jeu à l'heure de définir cet état de présence. Dans un lieu comme le Centre Pompidou, c'est plutôt la faible

[375] Pour plus d'informations concernant cette exposition voir le site de la Cité de la céramique : http://www.sevresciteceramique.fr/site.php?type=P&id=843

[376] Extrait de l'entretien avec Frédéric Bodet, Conservateur Cité de la céramique de Sèvres, collectionneur. Enquête de terrain 2014

revendication du matériau par les dispositifs de médiation que l'absence de céramique. Les textes des salles privilégient la communication de la démarche artistique de l'artiste, sa trajectoire, l'inscription de l'œuvre au sein de l'histoire de l'art et ses différents mouvements. C'est le cas des œuvres d'artistes tels que Giuseppe Penonne ou de l'artiste milanais et d'origine argentine Lucio Fontana (1899-1968) à qui le Centre Pompidou avait consacré une exposition rétrospective en 1987 (plus récemment, en 2014, le Musée d'art moderne de la Ville de Paris présentait une grande exposition rétrospective de l'artiste). Les œuvres en céramique réalisées par Fontana sont exposées sur un grand socle placé au milieu de la salle 36 (Niveau 5) au sein du parcours « art moderne » et dont la thématique s'intitule « Matière - concept ». Le panneau fait le récit de la démarche de l'artiste, le mettant aussi en parallèle avec d'autres artistes de sa génération et de générations suivantes : « Formé à la sculpture, l'artiste milanais d'origine argentine Lucio Fontana développe l'une des œuvres les plus radicales de son temps. Auteur de manifestes, il fonde des 1947 une utopie esthétique reposant sur la notion d'expérience. Conduit par la logique du matériau, Fontana inaugure un vaste programme[377] ». Le texte poursuit par l'influence déterminante de Fontana, de son travail avec la matière et l'espace sur les jeunes générations comme Yves Klein, Enrico Castellani, Piero Manzoni, aussi présents dans la salle. Si bien la céramique sert au même titre que d'autres matériaux tels que le bronze, le marbre à représenter la création sculpturale, dans le travail de Fontana l'exploration du concept de l'espace se fait à travers la matière, l'information repose sur une considération privilégiée de la démarche, de l'idée, du concept. Le texte renseigne le nom de l'artiste, de l'œuvre, l'année de création et le support. La matière est nommée (argile rouge, grès) mais le procédé technique y est absent. La mise en exposition de ces œuvres mobilise une faible valorisation de la matière, mais celle-ci n'est pas complètement absente. Une œuvre en bronze fait partie des trois œuvres exposées sur le même socle central de la salle sans que distinction ne soit faite. Malgré la visibilité réduite dans la médiation écrite, celle-ci est là, et ses spécialistes le reconnaissent bien comme de la céramique (on peut voir des visiteurs toucher discrètement les œuvres afin de différencier le métal de l'argile). La présence discrète de la céramique au sein des collections permanentes du Centre Pompidou

[377] Panneau explicatif se trouvant à l'entrée de la salle où s'exposent les œuvres de Lucio Fontana au Centre Pompidou. Retranscription réalisée suite à une visite réalisée en décembre 2015.

témoigne à la fois d'une approche de l'art non pas par la technique et la matière, mais par ses usages artistiques.

Si Fontana interroge le rôle de la matière dans la détermination de l'œuvre, par la forme et son occupation de l'espace, une autre branche de la sculpture contemporaine dans les années 60 conteste le caractère solide et durable des œuvres. L'ambition étant de pérenniser l'éphémère. Pour cela, des artistes comme Éva Hesse, Bruce Naman ou Sarkis, ont développé un travail de revalorisation de la matière, de ses qualités, jusqu'à son extrême symbolique (interrogeant par exemple des matières périssables, fragiles, éphémères, etc.). Ils vont initier ce que plus tard deviendra l'une des caractéristiques fondamentales de l'art contemporain, c'est à dire, la diversification des matériaux, comme le commencement de sa dématérialisation. C'est au titre de cette diversité matérielle et immatérielle dans l'art, que la céramique contemporaine est présente dans ce musée d'art moderne et contemporain, mais sans être reliée à son monde originel.

Image. Œuvres de Lucio Fontana au Centre Pompidou

2.2 Les rendez-vous internationaux : une visibilité limitée

Si « la reconnaissance de l'artiste se diffuse progressivement d'un cercle à l'autre jusqu'à toucher le grand public[378] », les biennales d'art contemporain contribuent aux

[378] Dominique Sagot-Duvauroux et Nathalie Moureau, *Le marché de l'art contemporain*, s.l., La Découverte, 2010, p. 78.

bouleversements institutionnels, aux interactions entre les différents acteurs et à la construction de la valeur par la diffusion. Elles s'exécutent au sein des grandes évolutions récentes relatives aux croisements entre les domaines artistiques, l'importance des nouvelles technologies et les rapprochements entre artistes et experts ainsi que l'interchangeabilité de « casquettes » et des rôles de ceux qui y participent. Selon Fanchon Deflaux, la naissance des biennales remonte à la fin du XIXe siècle avec « l'organisation de la première Biennale de Venise en 1895[379] », mais ce n'est qu'à « partir des années cinquante que le modèle va se développer[380] ». Les biennales sont ainsi devenues les institutions les plus représentatives du processus d'internationalisation, voire de définition du paysage artistique. Les Biennales et salons mettant à l'honneur la céramique contemporaine en France incarnent les manifestations du renouveau esthétique de la céramique[381]. Le Guide des céramistes 2012 comptabilise dix principaux salons, biennales et festivals. Céramique 14, la Biennale de Vallauris, Salon de l'objet, Salon Révélations, sont quelques-unes des manifestations que construisent des rhétoriques de continuité, de rupture et du renouveau de la céramique en France. En effet, certains salons et biennales s'affirment des registres plus proches de l'artisanat d'art, l'objet, le savoir-faire, le patrimoine et la notion d'authenticité, comme c'est le cas du salon Op'art organisé par Ateliers d'Art de France, et dont le propos est de présenter des pièces uniques ou en petites séries.

> En 1983 a été créé le Marché international de la pièce unique de Nîmes lequel est considéré comme le premier Salon de céramique. Malgré la tentative d'ouverture vers les métiers d'art, la présence de la céramique était prépondérante. Trois ans plus tard, en 1986 naîtra Ob'Art proposant un espace

[379] Fanchon Deflaux, *Les biennales et la « scène internationale » de l'art contemporain : l'opérativité des dispositifs d'énonciation dans la régulation des positions et des valeurs*, s.l., Avignon, 2008.

[380] Les années quatre-vingt et le début des années quatre-vingt-dix, marquent une multiplication des biennales dites « périphériques » ». En effet, de nombreuses manifestations se développent dans des régions non-occidentales de tous les continents (la Havane, Le Caire, Osaka ; Sharjah, etc.). C'est en 1995 qu'aura lieu une véritable explosion des biennales au niveau planétaire.

[381] Cette dynamique se trouve portée par un nombre de plus en plus important d'initiatives spécialisées en céramique, mais un mouvement d'ouverture de la céramique vers l'ensemble des métiers d'art est aussi observée. C'est le cas du Festival international du film sur la céramique et le verre (FIFCV) créé en 1998 à Montpellier par Loul Combres, qui se maintint à la direction jusqu'en 2013. Depuis ses premières éditions, le festival a bénéficié du soutien d'Ateliers d'Art de France. En 2013, le festival est devenu un festival sur l'ensemble des métiers d'art : Festival International du film des métiers d'Art. Ce changement d'orientation a soulevé des résistances de la part de certains acteurs de la céramique. Le public sera moins nombreux lors de la première édition du désormais nommé FIFMA, mais qui retrouvera ensuite une nouvelle audience plus large.

> dédié à la pièce unique, lequel s'instituera ensuite comme le Salon des objets des métiers d'art. Il avait lieu d'abord à Porte de Versailles, mais aujourd'hui se déploie dans trois villes : Montpellier, Bordeaux et Paris. La présence de la céramique est importante, parmi la multiplicité de métiers d'art se partageant l'espace. Il s'agit d'un rendez-vous des métiers d'art en général, dont les réorientations ont modifié les critères de sélection et limité le nombre des céramistes présents. Sur le site d'Ateliers d'art de France, la diversité y est affirmée : « Le Salon de l'objet métiers d'art, Ob'Art présente une belle variété de créations faites-main, inspirées, issues de savoir-faire exigeants. Il invite les amateurs d'authenticité à rencontrer les créateurs en direct et à découvrir une multitude d'objets soufflés, façonnés, sculptés à la main en pièces uniques ou en petites séries : bijoux, accessoires de mode, objets déco, luminaires, arts de la table[382]… »

D'autres accentuent le mariage entre création contemporaine et métiers d'art comme le fait le salon biennal « Révélations » lequel « porte un regard nouveau sur la création contemporaine. La biennale place le créateur au centre de l'événement et invite au dialogue les métiers d'art et de création du monde entier[383] ». Né en 2013, le salon a lieu au sein du Grand Palais à Paris. « Plus de 400 artisans-créateurs, artistes de la matière, designers, galeries, manufactures d'art, maisons d'excellence, fondations[384] ». Ce rendez-vous économique vise à réunir les publics et potentiels acheteurs et prescripteurs internationaux autour de la création contemporaine et de l'autre, un cycle de conférences, des expositions parmi de nombreuses animations, composent le programme. Ce salon constitue pour Serge Nicole, l'action la plus importante durant sa présidence d'Ateliers d'Art de France puisqu'il aurait été un facteur essentiel pour la loi qui reconnaît le secteur des métiers d'art et l'apport artistique de son activité :

> « Depuis le premier jour de ma présidence aux Ateliers d'Art de France, j'ai espéré ardemment qu'un tel salon pourrait voir le jour : un salon conçu et organisé par notre profession, consacrant la présence des créateurs de la main et de la matière au cœur du pays, sous la verrière du Grand Palais. Révélations est probablement l'acte le plus important de ma présidence ; un évènement à notre image, accueillant, universel, apportant un souffle neuf de beauté, de sincérité, dans la société contemporaine. Il est

[382] Source : Site web d'Ateliers d'Art de France : http://www.ateliersdart.com/ob-art-salon-de-l-objet-metiers-d-art,4,157.htm (consulté le 15 avril 2015) - Site du salon : http://salon-obart.com

[383] Source : http://www.revelations-grandpalais.com/fr/salon/presentation/ Consulté le 20 mai 2016

[384] *Ibid.*

> l'évènement phare qui manquait aux métiers d'art et à la France. Il est le signe de la réussite du mouvement d'émancipation collective que nous avons entrepris il y a des années et qui se parachève avec la biennale. Il apporte à notre secteur la visibilité qui lui manquait encore et constitue un formidable levier de stimulation de la création, de déploiement économique. C'est pour chacun de nous une raison de fierté et de dignité retrouvée[385] »

Le salon représente l'aboutissement d'un combat politique entrepris depuis les années 90 pour la mise en cohérence des textes officiels à propos des œuvres, du régime fiscal et de la sécurité sociale des artisans d'art en France :

> « Combien de fois nous a-t-on laissé entendre que cela allait se faire, mais les administrations nous baladaient. Un jour c'était l'affaire du ministre de l'Artisanat, puis ce ministère n'existait plus. Celui de la Culture nous disait que c'était les Finances, et les Finances celui du Commerce. Et le monde des artistes ne voyait pas d'un bon œil qu'on puisse rejoindre leurs rangs[386] »

C'est en 2013 que le statut a été reconnu et que les créations sont désormais considérées comme des œuvres d'art. Il s'agit pour lui, l'événement phare permettant de concilier l'art et artisanat d'art. En outre ces manifestations de la continuité, elles sont aussi nombreuses les celles qu'affirment leur appartenance à la scène artistique contemporaine et marquent la rupture avec la céramique décorative et fonctionnelle, se réclamant d'un « renouveau » autant que d'une nouvelle céramique contemporaine. C'est le cas de la Biennale internationale de Vallauris, Création contemporaine et céramique, dont le but est de montrer la nouvelle céramique « dépassant la frontière traditionnelle entre l'objet fonctionnel et la pièce unique[387] ».

---

[385] Alin Avila, « Dédain vaincu. Serge Nicole, Entretien avec Alin Avila », *Area*, Automne-Hiver 2015, n° 31, p. 13-16.

[386] *Ibid.*

[387] Dossier de presse de la biennale internationale de Vallauris, Création contemporaine et céramique 2014, extrait du site officiel de la ville de Vallauris Golfe-Juan http://www.vallauris-golfe-juan.fr/2014.html

Vallauris et Châteauroux : les biennales du renouveau

C'est en 1966 qui a été lancé pour la première fois le concours de céramique d'art nationale de Vallauris porté par des céramistes et personnalités de l'époque. Deux ans plus tard a eu lieu la Biennale internationale de Céramique d'art et son concours international de céramique de Vallauris. Les œuvres primées aux biennales depuis 1968 se trouvent exposées dans le musée Magnelli, Musée de la céramique, installé depuis 1977 dans une ancienne prieuré de l'abbaye de Lérins, au cœur de Vallauris. En 2006 Yves Peltier a été nommé commissaire de la biennale et a rapidement entrepris des restructurations importantes au sein de la biennal, telles que la création de sections et surtout une importante reformulation des discours. A ce moment, elle devient la « Biennale internationale de Vallauris – création contemporaine et céramique » prenant de nouvelles orientations plus tournées vers l'art contemporain : « Depuis 2006, la Biennale internationale de Vallauris a participé au mouvement de renouvellement de la céramique. La manifestation a permis à Vallauris, pionnière dans les années 1950 pour la céramique d'artistes, de retrouver une visibilité sur la scène internationale[388] ». La Biennale est ainsi constitué d'un concours, un parcours d'expositions dans divers endroits de la ville où une sélection d'artistes d'un pays est mise à l'honneur. Pour le concours de la Biennale de 2016, le comité a reçu deux cent cinquante-cinq dossiers de candidats de vingt trois nationalités de l'Union européenne, pour les trois sections du concours : « contenant », « design », « céramique architecturale, sculpturale et conceptuelle ». La majorité des candidats (184) ont opté pour cette dernière section. D'un autre coté se trouve la Biennale de céramique de Châteauroux, créée en 1981. Désormais appelée Nouvelle biennale de céramique contemporaine de Châteauroux**,** c'est en effet en 2005 qu'elle prend un nouveau tournant[389] en mettant à l'honneur la céramique dans l'art contemporain. A ce moment, Frédéric Bodet devient le commissaire (à l'époque il était assistant conservateur au Musée des Arts décoratifs de Paris, aujourd'hui il occupe le poste de conservateur du département de céramique contemporaine à la Cité de la céramique, Sèvres). La Biennale avait alors décidé de renouveler le commissariat et que chaque édition serait guidée par une thématique. En 2005 c'est « Le corps, l'atelier, le paysage » (sous la direction de Frédéric Bodet). On retrouvera d'autres thèmes tels qu'« Anima Animalisa », « Élever la matière », « Ecrits, mythes et légendes », pour les éditions ultérieures. La notion de « renouveau » de la céramique y est présente et fait écho à la mise en place de nouvelles politiques au sein de ces manifestations. On peut également citer Céramique 14, qui constitue sans doute le salon spécialisé en céramique contemporaine le plus représentatif du renouveau en France à l'heure actuelle. Ce salon vise avant tout à montrer la jeune création émergente de la céramique. Trois prix sont décernés (prix du jury, mention spéciale et prix du

[388] *XXIIIe biennale internationale création contemporaine et céramique, Vallauris 2014.*, Montreuil, LienArt Editions, 2014, p. 9.

[389] Depuis ses débuts la manifestation visait à accompagner la création en céramique, mais c'est en 2005 que la ville annonce une biennale sur le thème du corps, l'atelier et le paysage, avec un soutien financier plus important, de nombreux partenariats (dont le Musée de Sèvres) et invite de nombreux artistes étrangers. La XVII édition de la biennale a eu lieu en 2013 avec pour thème la représentation de l'écrit, des mythes et des légendes.

public). L'« intention » est de montrer la nouvelle création céramique à partir de la nouvelle scène émergente sous l'angle de l'innovation esthétique avec le matériau[390].

Ces manifestations endossent le rôle de prescripteurs du prestige artistique et servent à rehausser la notoriété des artistes. L'internationalisation des marchés influe sur l'institutionnalisation des espaces où se construit la notoriété. Raymonde Moulin disait déjà en 1994 dans son article « Face à la mondialisation des marchés de l'art » que « la certification de la valeur artistique des œuvres et, pour ce qui concerne l'art contemporain, de la réputation des artistes s'effectue au niveau international[391] ». Les biennales de céramique dans le monde sont nombreuses, notamment en Extrême-Orient mais encore méconnues du grand public, si l'on compare aux grandes biennales d'art contemporain comme celle de Venise, par exemple. En 2001, la première Biennale d'Incheon, à Séoul en Corée avec la représentation de plus de 70 pays, workshops, conférences, espaces de vente, et une multiplicité d'actions et micro événements, s'est établi comme un modèle ambitieux et dont un équivalent n'existerait pas encore en Europe. Peu de biennales de céramique en Europe, dont on peut citer la biennale de céramique contemporaine CERCO à Madrid ou la British Ceramics Biennial, sont parvenues à trouver leur place. Cependant, c'est sont bien les grandes manifestations internationales comme la biennale de Venise ou la documenta de Kassel que marquent les rendez-vous périodiques du monde de l'art contemporain international. Elles sont les grands moments de la sociabilité artistique et les lieux privilégiés d'échanges de l'information. Ces manifestations exercent aussi, comme le salon de Paris au XIXe siècle, une fonction de qualification des créateurs. Agissant en tant qu'académies informelles, elles participent à l'élaboration d'un palmarès des valeurs esthétiques et constituent les étapes obligées d'une carrière artistique du double point de vue de la réputation de l'auteur et des prix des œuvres. Ainsi, d'un coté se trouve l'internationalisation de ces manifestations dans une logique de « déterritorialisation du marché, démultiplication et dématérialisation de l'art », comme le formule Raymonde Moulin, et de l'autre elles se posent dans un continuum avec les changements dans les logiques de marchés nationaux et internationaux :

[390] Un catalogue est édité lors de chaque édition et vendu au prix de dix euros.

[391] Raymonde Moulin, « Face à la mondialisation du marché de l'art: Paris est-il une ville globale ? », *Le Débat*, 1994, vol. 80, n° 3, p. 166.

« Chaque espace artistique national est inséré dans un système global d'échanges culturels et économiques. La circulation des hommes, des œuvres et de l'information favorise l'interconnexion des marchés[392] ». Il s'agit en effet d'une mondialisation du marché stimulé par la dématérialisation des flux financiers : la déterritorialisation des marchés, devenant ainsi « planétaire[393] ».

Par ailleurs, se trouve une institution encore peu comprise au sein du monde de la céramique, mais dont la vocation intègre le mouvement de création de réseaux internationaux de la communauté professionnelle. Il s'agit de l'Académie Internationale de la Céramique (AIC), une organisation opérant en faveur de l'établissement officiel d'un réseau mondial de la céramique. Son siège fonctionne au sein du musée suisse de la céramique et du verre Arianna, à Genève, en Suisse[394]. Elle a été fondée en 1953 par Henry J. Reynaud afin de représenter les principaux musées nationaux et organisations culturelles de la céramique. Ses membres sont surtout des artistes « individuels » (quelques musées, associations et institutions dédiées à la céramique en font aussi membres) parrainés par d'autres céramistes, écrivains, conservateurs de musées et directeurs de galeries ainsi que des collectionneurs privés : « Actuellement l'AIC est composée de 440 artistes membres individuels, de 75 membres divers et environ 25 membres correspondants répartis dans 55 pays et ceci sur les 5 continents[395] ». L'intérêt d'intégrer cette organisation pour les céramistes, réside avant tout sur la dimension symbolique de la consécration par ses pairs en tant que reconnaissance issue de la cooptation par les « plus grands » céramistes. L'assemblée générale[396] a lieux tous les deux ans (avec la publication d'un bulletin qui leur permet de maintenir le contact entre eux, d'avoir un aperçu sur la création céramique d'ailleurs). Ce rassemblement constitue un moment de

[392] R. Moulin, *Le marché de l'art*, *op. cit.*, p. 63.

[393] *Ibid.*

[394] Ce musée est riche d'une collection de 25000 objets illustrant douze siècles de culture céramique Européenne et du Moyen Orient, ainsi qu'une collection de céramiques contemporaines. Il compte parmi les grands musées européens spécialisés dans les arts du feu.

[395] Académie Internationale de la Céramique, Statuts après l'Assemblée Générale, Corée, 2004 Document disponibles sur le site de l'Organisation : http://www.aic-iac.org/council/AIC%20statuts%20FR.pdf - Consulté le …

[396] En 2004 l'Assemblée a eu lieu à Icheon, Corée, en 2006 à Riga, Lavai, en 2008 à Xiaan, Chine et en 2010 à Paris, France, en 2012 à Santa Monica, Etats Unis, en 2014 à Dublin, Irlande et en 2016 à Barcelone, Espagne. En 2018 le congrès aura lieu à Taiwan.

retrouvailles entre céramistes reconnus sur la scène internationale et amis, et d'exposer les travaux des membres, de discuter autour des sujets d'actualité concernant la céramique : « Céramique et numérique » (Dublin, 2014) ou « Architecture dans l'espace public » (Barcelone, 2016). Ces rassemblements biennales sont conçus comme des espaces de réflexion de l'évolution de la céramique contemporaine, rassemblant céramistes, plasticiens, designers, architectes, autour de conférences et débats, et la création de liens internationaux entre artistes céramistes, institutions et publics (membres et non membres) de différents pays représentés. Cependant, si bien l'événement s'organise autour d'un programme riche en conférences, expositions et autres activités collectives comme des visites, moments conviviaux (Annexe N° 6 : Programme congrès de l'AIC 2016), la manifestation revient pour la plupart des participants, l'occasion d'un voyage de socialisation, de découverte et d'affirmation de son appartenance à la communauté. Malgré des tarifications élevées (pour les membres de l'AIC le prix était de 600 à 750 euros et pour les non-membres de 700 à 850 euros) le 47ème Congrès de l'AIC a réuni plus de 300 participants en provenance du monde entier. Les inscriptions incluent l'accès aux sessions et débats, les repas, les circuits de visite de musées, expositions, ateliers, villes et villages ayant un intérêt autour de la céramique (le logement et le transport sont à la charge du participant). Le public est majoritairement conformé par des céramistes mais peu d'étudiants et de professionnels de musées y participent.

D'autres initiatives remarquables matérialisent les passerelles de la céramique dans le monde. Nous pouvons citer le « Fule International Ceramics Art Museums », un village entièrement créé et spécialisé dans la céramique avec vingt et un musées consacrés à montrer la céramique du monde dans des pavillons partagés par pays et par continent à Fupping, en Chine. Ce projet est à l'initiative de I-Chi Hsu, grand collectionneur de céramique et homme d'affaires. C'est en 2002 que les premiers artistes français ont commencé à réaliser des résidences à Fupping. Les œuvres issues de leur résidence sont exposées de manière permanente dans le pavillon respectif au pays ou au continent (la céramique française s'expose dans une salle du pavillon européen). Dans ce même village a lieu aussi le Symposium mondial des revues de céramique, ICMEA, Fupping, Xiaan, en Chine, tous les trois ans, un cycle de conférences sur des thématiques variées autour de la céramique dans le monde et d'une exposition-concours international.

3. L'exposition : fabrique de discours et de valeurs

La dimension médiatique de l'exposition rend visible, tout comme les biennales et salons, les innovations normatives en matière de création et de diffusion. Penser la céramique à partir de l'espace social spécifique qu'est l'exposition montre les déplacements et transpositions conventionnels, les figurations et configurations s'y opérant. Qu'elle soit présentée dans un musée ou dans une galerie, l'exposition s'impose comme une « situation de communication », comme l'affirme Jean Davallon : « L'exposition suppose un jeu social entre production *et* réception : une production *pour* un public et une réception *pour* accéder à un monde[397] ». L'exposition constitue par là, une « situation de médiation » dans la symétrie entre la communication pédagogique et la communication. Si l'exposition est un média, comme l'affirme Jean Davallon, c'est parce que celle-ci fonctionne comme un dispositif communicationnel et symbolique. C'est à travers un agencement d'unités dans un espace avec l'intention de les rendre accessibles à des sujets sociaux[398] que « ce continuum qui va de l'espace social jusqu'à l'agencement technique en passant par le fonctionnement communicationnel et sémiotique (qui) permet de considérer l'exposition comme un média. L'agencement technique se trouve en quelque sorte fondé socialement, pris en charge institutionnellement, attesté symboliquement, réglé communicationnellement pour s'instituer comme un objet culturel qui est à la fois communicationnel et symbolique[399] ». Elle peut être abordée par son système signifiant, puisque les stratégies communicationnelles et de la médiation culturelle se déplient au sein de ce dispositif. Ainsi, l'exposition nous permet d'explorer ces traits puisque « un grand nombre de musées vivent des expositions temporaires qui permettent de développer la fréquentation ou, en tout cas, de la maintenir[400] ». Et cette identification sert à faire connaître le patrimoine et ses innovations artistiques, dans la

[397] Jean Davallon, *L'exposition à l'oeuvre: stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris, France, Canada, 2000, p. 270.

[398] Jean Davallon, « Pourquoi considérer l'exposition comme un média ? », *Médiamorphoses*, 2003, n° 9, p. 27-30.

[399] *Ibid.*

[400] Claire Merleau-Ponty, Jean-Jacques Ezrati et Élisabeth Caillet, *L'exposition, théorie et pratique*, Paris, France, l'Harmattan, 2006, p. 20.

mesure où l'exposition temporaire est devenu un outil de politique de la valorisation. En effet, à travers son pouvoir attractif, l'exposition est devenue le lieu où se revalorise et s'identifie l'histoire de la céramique. Dans un article intitulé « Le pouvoir sémiotique de l'espace », Jean Davallon aborde l'exposition à partir de sa conception spatiale, à partir de ce qui est dit (le discours) et de ce qui est fait (l'exposition elle même[401]). La relation que l'exposition propose au visiteur passe à travers l'articulation d'éléments dans l'espace. Elle permet sa ''sémiotisation'' et sa ''textualisation'' et « participe à faire de l'exposition un texte que l'on parcourt, saisit et comprend au cours de la visite[402] ». La question de la réception est formalisée dans le processus de la conception de l'exposition à travers l'anticipation des compétences des visiteurs :

> « La mise en relation des éléments exposés dépend donc de l'activité du destinataire. La compétence du visiteur pèse ainsi d'une grand poids dans la production des significations. Interviendront ainsi, par exemple, le déroulement et les modalités de son parcours ; son habitude ou sa capacité à faire des rapprochements entre éléments, à apprécier des caractéristiques formelles, à mobiliser des savoirs, à inférer les intentions des producteurs ; ou encore la signification qu'il peut accorder à l'agencement formel[403] »

Ce sont donc à travers les trois formes de muséologie d'objet, de savoir et de point de vue que se façonnent l'exposition et les manières de penser le visiteur dans l'espace. C'est à partir de la considération de l'exposition comme le lieu où interagissent les sujets et les objets au sein de la relation sociale de communication que l'approche socio-sémiotique de l'exposition nous apporte quelques points éclairants dans le traitement de l'opérativité symbolique et environnementale. En nous basant sur l'étude de l'exposition à travers les travaux de Jean Davallon et Serge Chaumier ainsi que par l'observation de l'évolution dans le temps (contenus et langages à l'œuvre) des expositions de céramique, il est question de mieux approcher la construction de

---

[401] Jean Davallon, « Le pouvoir sémiotique de l'espace », *Hermès, La Revue*, 1 décembre 2011, n° 61, p. 38-44.

[402] *Ibid.*, p. 40.

[403] J. Davallon, « Le pouvoir sémiotique de l'espace », art cit.

sens et significations dans ce monde en train de se faire et dont le pouvoir sémiotique de l'espace apporte à la réécriture de son histoire.

3.1 Exposer la céramique pour la défendre

Depuis les années 60 déjà, l'exposition devient pour les céramistes l'outil leur permettant de communiquer et de réaffirmer leurs nouvelles conceptions de la pratique. En affirmant le double caractère patrimonial et artistique de la céramique, l'exposition devient aussi le lieu où se défend sa « contemporanéité ». Parler de contemporanéité renvoie d'une part à la temporalité de la création, et à la place la céramique au sein du reste du champ artistique de l'autre. Cette notion est ainsi traversée par différents sens, mais plus particulièrement par son acception paradigmatique[404]. En effet, dans le courant des années 60 plusieurs expositions mettent en avant la notion de « contemporanéité » comme le fait l'exposition « Grès contemporains en France » aux Arts décoratifs de Paris en 1960, ou deux ans plus tard l'exposition « Maîtres potiers contemporains » au Château de Ratilly. Dans le courant des années 70, certaines expositions mettront la focale sur le statut du créateur en adoptant à tour de rôle les dénominations d'« artiste », « potier », « céramiste ». À ce titre, l'exposition « Dix-huit artistes et la terre » dans la Galerie de Noëlla Gest à Saint Paul de Vence en 1975 vise à contester le distinguo entre céramiste et artiste. L'exposition « Artistes/Artisans ? » au Musée des Arts décoratifs en 1977 questionne également les partages dichotomiques de l'art et l'artisanat, du potier et de l'artiste : « Le titre lui-même est une interrogation. Cela veut dire qu'il faut opposer l'artiste à l'artisan ou bien laisser entendre qu'il n'y a pas de véritable créateur sans un homme du métier et réciproquement, l'un et l'autre étant solidaires, consubstantiels pour mieux dire[405] ». Pour François Mathey, conservateur des Arts décoratifs de l'époque, les catégories et courants de la "culture officielle" constituent des « notions absurdes et vides de sens[406] ». Son approche conteste ces catégories au moyen de l'exposition côte à côte d'artistes tels que Calder, Christo, Brancusi, Tapiés, et de céramistes d'art tels que Julia, Jean et Jacqueline Lerat, Deblander. Pour lui, l'opposition entre artiste

[404] Nathalie Heinich, *Le paradigme de l'art contemporain: structures d'une révolution artistique*, Paris, France, Gallimard, 2014, 373 p.

[405] François Mathey, « Artiste / Artisan ? », *Area*, 2015, n° 31, p. 38-39.

[406] *Ibid.*

et artisan est un problème de société, voire une affaire économique liée à la cote : « La cote fausse tout. Ou bien elle sacralise ou bien elle pèse et obscurcit[407] ». En 1981 a eu lieu l'exposition « Céramique française contemporaine, Sources et courants » au Musée des Arts décoratifs sous son initiative. En 1983, l'exposition « De la terre et du feu, 5 potiers contemporains » au Musée de Sèvres sont réunis les travaux de Daniel de Montmollin, René Ben-Lisa, Pierre Bayle, Claude Champy et Jean Girel. Ces expositions ont pour vocation de montrer la recherche technique (notamment sur l'émail) dans la céramique tout en ponctuant la réflexion sur les innovations esthétiques. Elles exposent aussi le débat sur l'ambivalence entre l'artiste et l'artisan d'art et par là, le partage de valeurs. Et elles le font en mobilisant des discours qui tentent de déconstruire les hiérarchies entre les genres et les différents champs de création. Le débat se poursuit à l'heure actuelle, comme on a pu le voir avec l'exposition « 8 artistes et la terre » au Musée Arianna en 2013, dont le titre s'inspire justement de l'exposition « Dix huit artistes et la terre » (Saint Paul de Vence, 1975), citée plus haut. L'intention de ces expositions était et continue de l'être, d'exposer la création au cœur d'une réflexion sur les clivages historiques de la hiérarchisation entre les disciplines artistiques. Néanmoins, au-delà du projet de reconsidérer les distributions de la valeur artistiques de la pratique, ces expositions de la contemporanéité n'évincent pas l'héritage culturel, dont la technique et le savoir-faire, demeurent des valeurs primordiales. La mise en exposition de la double appartenance de la céramique aux sphères de l'art et du métier met en lumière, déjà à l'époque, la construction des valeurs par la revendication du « renouveau » esthético-technique dans une dynamique de contestation des échelles de légitimité.

De nombreuses expositions mettent en lumière l'admiration pour la céramique d'autres pays à travers une mise en avant de la « culture mondiale de la céramique ». Depuis 2014 et jusqu'en 2016, La Cité de la céramique de Sèvres accueillait le second volet de l'exposition *Corée Mania* avec les créations de deux artistes coréennes, Kim Yeun-Kyung et Kim Yik-Yung : *La première travaille en France, la seconde à Séoul. Une génération sépare les deux créatrices à l'honneur. Kim Yik-Yung propose une esthétique pure, nue et tranchante. Kim Yeun-Kyung, travaille le verre sculpté, coulé, soufflé, taillé, accumulé, incrusté parfois de métal*. Dans cette annonce reprise du site web de la cité de la céramique, Sèvres, met en avant la conception "contemporainéisante" de la céramique et son usage décloisonné. L'accent est mis sur l'évolution d'une esthétique qui a fortement inspiré la céramique européenne à travers des techniques comme le céladon[408], le bucheron[409], la porcelaine blanche, la porcelaine bleue.

[407] *Ibid.*

[408] Technique de céramique chinoise et de l'Extrême Orient ayant pour spécificité une glaçure verte ou bleu-gris translucide apparentée à la pierre de jade.

3.2 L'exposition de céramique contemporaine : le ring où s'affrontent les stéréotypes

En 2010 la manifestation Circuits céramiques à Paris s'imposait comme un grand rendez-vous de la céramique contemporaine et montrait l'engouement d'une jeune génération d'artistes pour la céramique.

« Circuits céramiques »

Image. Affiche Circuit Céramique 2010

L'année 2010[410] avait été une année capitale pour la céramique. En effet, pendant l'automne 2010, Paris accueillait un événement biennal et international : la 44ème Assemblée générale de l'Académie Internationale de la Céramique (AIC). À l'occasion, « Circuits céramiques » présentait un ensemble d'expositions, organisé sous une logique de déambulation dans Paris. Pour cela, Ateliers d'Art de France, les Arts Décoratifs de Paris, la Cité de la céramique, Sèvres et une trentaine de galeries et centres culturels avaient établi un partenariat. La Cité de la céramique, Sèvres, proposait une double exposition : l'exposition des membres de l'Académie internationale de la céramique (AIC) et Circuit céramique à Sèvres, présentant quelques artistes de la scène française contemporaine (avec un parcours en cinq temps : « Du réel à l'imaginaire », « Les ambivalences du matériau », « Le vide et le plein », « Construction / destruction », « L'exposition comme paysage »). La Cité de la Céramique avait enregistré 13 500 visiteurs pour ses expositions lors de l'événement Circuit Céramique, ce qui était un record pour l'époque. Au Musée des

[409] Technique de céramique traditionnelle coréenne sur du grès. Les décors peints, estampées ou trempés, gravés, sont réalisés par un geste spontané et recouverts d'un engobe banc, donnant aux pièces un aspect naturel et sobre.

[410] Pour rappel, c'est au début de cette même année que la Cité de la Céramique, Sèvres était créée.

arts décoratifs de Paris[411], l'exposition « La scène française contemporaine » articulait la collection permanente du musée aux œuvres inédites d'artistes de la jeune scène céramique contemporaine. Le cœur de l'exposition se trouvait au département contemporain mais le choix muséographique confrontait les œuvres et les objets avec des installations contemporaines en céramique disséminées au long du musée. Soixante-cinq créateurs avaient été invités : plasticiens, architectes, designers et même des philosophes dont « les travaux ponctuels avec le matériau céramique ont été réalisés en collaboration avec d'éminents artisans-céramistes ou dans des lieux de production spécifiques. De jeunes talents qui n'ont encore jamais été présentés dans une institution, ainsi que des artistes confirmés se consacrant depuis plusieurs années à la sculpture céramique, sont réunis pour leurs affinités [412]». Cette exposition ambitionnait ainsi de donner à voir la création céramique la plus récente à coté de la grande variété d'objets qu'abrite le musée : « Cette exposition était pensée comme un bilan des dix dernières années et un panorama croisant plusieurs générations en ayant recours aussi bien à des collections publiques qu'à des œuvres sorties des ateliers ou des galeries. […] Les thématiques partagées doivent aider à comprendre le renouveau des pratiques autour d'un matériau qui a connu un indéniable regain d'intérêt dans le champ artistique tout entier. […] L'objectif de ces éclairages partiels est d'attirer l'attention du public sur les métamorphoses récentes du matériau céramique[413]».

En 2016, l'exposition Ceramix, présentée en deux parties à la Maison Rouge, à Paris, institution vouée à l'art contemporain et à la Cité de la céramique, Sèvres, marquait un tournant dans l'histoire de la céramique contemporaine. Cette exposition incarne le vaste projet de réécrire une histoire parallèle de l'art, avec la présence de la céramique et en tant qu'art contemporain.

> « Après la mode de l'art numérique, les artistes reviennent à un rapport direct à la matière. La céramique fascine car elle a un côté alchimique. Depuis dix ans s'est développé un réseau de formations avec des cursus spécialisés. Les artistes ont leur propre four, ou bénéficient de grands fours comme celui de Cologne, utilisé par

[411] Ce musée se trouve dans un lieu privilégié de Paris. Entouré par les jardins du Carrousel et la rue Rivoli, la collection du Musée des arts décoratifs de Paris suit un classement chronologique, depuis le Moyen âge avec le mobilier, la vaisselle et la verrerie, les vêtements jusqu'à nos jours avec les arts graphiques, la publicité et l'affiche, les jouets, le papier peint. Ce musée retrace ainsi l'histoire des arts décoratifs, en intégrant la mode, la publicité, les jouets, etc. Leur mission première est annoncée comme suit : *« Entretenir en France la culture des arts qui poursuivent la réalisation du beau dans l'utile »* Source : site web du musée : http://www.lesartsdecoratifs.fr

[412] Catalogue de Circuit céramique aux Arts Décoratifs. La scène française contemporaine, Frédéric Bodet (sous la direction de), Éditions Les Arts Décoratifs, 2010

[413] *Ibid.*

Thomas Schütte, qui fait cuire ses pièces en un seul bloc[414] »

Cette affirmation de Lucia Pesapane réaffirme le renversement paradigmatique s'opérant dans la céramique d'art contemporain. Ce retour à la matière agit dans le sens contraire de la dématérialisation de l'art contemporain et de ce que Nathalie Heinich nommait « l'œuvre au delà de l'objet ». Les commissaires d'exposition Lucia Pesapane et Camille Morineau interrogent si cette profusion de la céramique au sein des principales manifestations de la scène artistique contemporaine est un effet de mode, ou au contraire, un véritable pan méconnu de l'histoire de l'art : « C'est une explosion. Nous sommes demandé s'il s'agissait d'une simple mode ou d'une histoire cachée[415] ». Ce projet expographique né de l'étonnement suscité par la récurrence constatée de la céramique au sein des principaux lieux de diffusion de l'art contemporain, est donc à relier au sentiment de mise à l'écart et de méconnaissance de l'histoire de la céramique au XXe siècle :

> « C'est en retrouvant de manière régulière, puis récurrente et enfin surprenante, des œuvres en céramique dans les expositions, foires et biennales de ces cinq dernières années que Lucia Pesapane et moi-même avons commencé à mûrir « Ceramix ». Un matériau que nous avions l'habitude de voir dans les vitrines de musées d'art décoratif, faisait l'objet d'une attention soutenue de la part de beaucoup d'artistes que nous aimions ou était employée par d'autres que nous avions envie de mieux connaître. Ce que nous soupçonnions –la cohérence d'une histoire de la céramique au XXe siècle- avait à peine été exploré par les historiens de l'art[416] »

Pour montrer cela, l'exposition suit une chronologie tout en proposant des parcours thématiques. Ceramix réunit les œuvres d'une centaine d'artistes de différentes

---

414 *«Ceramix», un max de terre cuite*, http://next.liberation.fr/images/2016/04/03/ceramix-un-max-de-terre-cuite_1443699 , 3 avril 2016, (consulté le 4 mai 2016).

415 *Ibid.*

416 Camille Morineau et Lucia Peasapane, *Ceramix : De Rodin à Schütte*, Gent, Snoeck Ducaju & Zoon, 2015, p. 11.

nationalités ayant travaillé la terre à différentes périodes[417] : de Gauguin, Rodin, Picasso, en passant par des artistes actuels de la scène internationale comme Johan Creten, Elsa Sahal, Ai Wei, Grayson Perry, pour en citer-quelques uns d'entre eux. A travers ces questionnements et le récit de la genèse de ce projet, les commissaires d'exposition expriment la double intentionnalité de Ceramix. En premier lieu, se trouve l'association spatiale entre le choix des lieux où se déploie l'exposition, - la Maison Rouge et la Cité de la céramique, Sèvres -, deux institutions aux logiques de diffusion de l'art distinctes. Ce projet s'inscrit dans le processus d'artification de la céramique ainsi qu'il agit dans le sens d'une distanciation de sa valeur patrimoniale. Le choix des lieux de l'exposition s'est fait d'un coté, par la possibilité d'exposer une technique spécifique dans un lieu d'art contemporain (La maison rouge, Paris) et de l'autre, le besoin de cohérence chronologique et géographique (Cité de la céramique, Sèvres).

> « En 2012, l'exposition « Néon » ouvrait la possibilité de proposer à La maison rouge une exposition à la fois thématique et technique sur un matériau, dans un lieu que Lucia et moi aimions toutes les deux ; nous y avions notamment découvert le travail d'un grand artiste de ce matériau, Elmar Trenkwalder. […] Le partenariat avec la Manufacture de Sèvres s'imposa rapidement, pour répondre à l'ambition chronologique et géographique du projet[418] »

Le projet d'exposer la céramique au même titre que le néon, tend à considérer la céramique comme une technique parmi les autres techniques de l'art contemporain. Ceramix déplace ainsi la valeur « culturelle de la céramique » au sein du système de normes et valeurs de l'art contemporain et le dissocie du socle traditionnel du monde potier et artisanal. Cela nous conduit à la deuxième intentionnalité de l'exposition relative au public ciblé. Il s'agit ici de l'anticipation de l'horizon d'attente du visiteur. L'établissement d'une situation de communication se fait ainsi à double sens puisqu'elle vise à faire circuler des publics experts dans un lieu et profanes dans

[417] Les œuvres présentées ont été prêtées par des musées et des collections privées telles que le Victoria & Albert Museum, le Museo Internazionale della ceramica de Faenza, le Petit Palais de Paris, Marck Larock-Granoff, Isabelle Maeght, Alain Tarica, Luciano Benetton.

[418] C. Morineau et Lucia Peasapane, *Art et céramique*, *op. cit.*, p. 11.

l'autre, au sein des ces deux espaces, avec la céramique pour fil conducteur : les publics de l'art contemporain se retrouvant habituellement du coté de La maison Rouge, et de l'autre, les publics de la céramique, (des arts décoratifs, de l'art moderne) à Sèvres. Si l'exposition se déroule à la Cité de la céramique de Sèvres et à la Maison Rouge à Paris, le public incarne principalement deux figures : celle du néophyte et celle d'amateur d'art. Il y a toutefois des fortes chances que celui-ci se sente hors de son contexte habituel au sein de l'une des deux parties de l'exposition. Par exemple, la revue web d'actualité culturelle *Froggy's Deligtht* publiait sur son site un article autour de l'exposition, où l'auteur exprimait que ce diptyque « s'affranchit de l'historicité, au bienvenu didactisme pour le visiteur néophyte, en procédant notamment à un regrettable éclatement des premières sections chronologiques et, de surcroît, à Sèvres, à une dissémination au sein des collections permanentes, qui ne facilitent pas une vue synthétique[419] ». Cet éclatement peut ainsi devenir une forme d'accrochage original pour les connaisseurs mais un « procédé regrettable » pour le néophyte. Quelle est la place donnée aux publics endogènes ou exogènes au monde de la céramique dans une telle exposition ? Est-il possible d'opérer un renversement des représentations sociales à travers la circulation de ces espaces ?

3.3 Ceramix, un dispositif de narration

Si, comme le dit Serge Chaumier, la composition des œuvres au sein de l'exposition - de la sélection à l'accrochage- constitue la première écriture de l'exposition ainsi que la première médiation, Ceramix déploie, par son agencement spatial, une première lecture de l'histoire, d'une histoire singulière émanant du point de vue des commissaires.

> « La classification des expôts est, en quelque sorte, la première écriture de l'exposition, elle en est aussi – nous l'oublions trop souvent – la première médiation. En faisant le choix de présenter de telle ou telle manière, il s'agit de proposer une

[419] Article « Ceramix, de Rodin à Schütte ». Signé MM. Source : site web d'actualité culturelle « Froggy's Delight ». Url : http://www.froggydelight.com/article-17559.html - Mis en ligne le 30 mai 2016 - Consulté le 6 juin 2016

lecture ; et donc une compréhension au public[420] »

Le choix des œuvres présentes dans cette exposition répond effectivement à un point de vue. Les commissaires de l'exposition admettent le parti pris émanant d'une part de la recherche (réalisée pendant 4 ans) ainsi que du jugement personnel. A cela s'ajoutent les contraintes budgétaires, spatiales, matérielles et temporelles :

> « Nous assumons le caractère personnel de certains choix […] Pour chaque exposition réalisée, il y a en effet l'envers de ce que les impératifs budgétaires, spatiaux, la fragilité et la rareté de certaines œuvres nous ont empêchées de représenter[421] »

En regrettant l'absence de Jeff Koons, de l'urinoir de Marcel Duchamp ou la représentation très partielle du travail artistique effectué dans certains pays et continents, comme en Inde ou en Afrique, le choix montre un monde de l'art, parmi une multiplicité d'autres mondes. Si l'on reprend la métaphore de Howard Becker sur les mondes de l'art, on pourrait postuler qu'il s'agit de l'exposition d'un seul continent dans ce vaste monde de la céramique. En effet, l'association d'œuvres, mouvements et moments de l'histoire de la céramique dans cette exposition, construit une histoire mettant en lumière avant tout le dernier des trois groupes de la céramique, à savoir « les artistes utilisant la céramique ». Ceramix, comme toutes les expositions, vise à raconter une histoire parmi d'autres nombreuses histoires. Comme l'affirme Marc-Olivier Gonseth, cité par Chaumier dans son article « Les écritures de l'exposition » : « L'exposition raconte moins une histoire qu'une multiplicité d'histoires dans lesquelles les visiteurs vont piocher pour se constituer leur propre histoire[422] ». Mais, justement, ce pan de l'histoire de l'art inexploré est vu comme le début d'un projet plus vaste, dans l'écriture de l'histoire de la céramique :

---

[420] Serge Chaumier, « Les écritures de l'exposition », *Hermès, La Revue*, 1 décembre 2011, n° 61, p. 45-51.

[421] C. Morineau et Lucia Peasapane, *Art et céramique*, *op. cit.*, p. 13.

[422] Marc-Olivier Gonseth dans S. Chaumier, « Les écritures de l'exposition », art cit.

> « L'histoire de la céramique aux XXe et XXIe siècle ne fait que commencer, « Ceramix » en est la première pierre dont l'achèvement appelle déjà dans notre esprit un « Ceramix.2 » plus global et performatif [423]»

« Ceramix » serait ainsi le premier tome de l'encyclopédie de la céramique qui commence par son aspect le plus contemporain du point de vue artistique. La démarche d'Alexandre Dorner qui en 1922 au musée de Hanovre est emblématique de cette approche lorsqu'il « décide de réagencer le musée comme un livre, dont chaque salle serait un chapitre, pourvue d'une introduction et d'une conclusion pour inviter à la salle suivante[424] ». L'analogie de l'exposition au texte en tant que fait de communication est comparable également à l'*hypertexte*, comme l'avance Marc-Olivier Gonseth, puisqu'il est constitué d'un grand nombre de liens, lesquels renvoient à d'autres textes :

> « 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 champ[425] »

C'est à partir d'une telle structure narrative que l'exposition Ceramix s'exprime à de manière plus ou moins explicite à partir d'un point de vue du producteur et de leur appartenance au monde de l'art contemporain plutôt que de celui de la céramique.

---

[423] C. Morineau et Lucia Peasapane, *Art et céramique*, *op. cit.*, p. 13.

[424] S. Chaumier, « Les écritures de l'exposition », art cit.

[425] Marc-Olivier Gonseth, 2000, p. 159 *Ibid.*

3.4 L'exposition à l'œuvre et les effets d'une rupture partielle

S'il s'agit d'une « tendance au retour à une muséologie d'objet, voire en art contemporain, à une assimilation entre scénographie et curation[426] », comme l'affirme Jean Davallon, Ceramix formalise l'opérativité de la mise en exposition de l'art patrimonialisé pour le déplacer vers une nouvelle scène artistique. Nous pouvons aussi nous interroger si les commissaires de l'exposition signent-elles l'exposition comme on signe une œuvre de création. Ou encore, si l'approche de cette exposition ne vise-t-elle pas à corriger l'histoire à travers le prisme du point de vue du producteur. Les enjeux de cette exposition dans le long terme envisagent de rehausser le statut de la céramique. En l'insérant dans les circuits de l'art contemporain, cette exposition aspire à capter de nouveaux publics, à reconsidérer et à réévaluer les hiérarchies disciplinaires dans l'art. Cette exposition réécrit l'histoire de l'art avec la céramique en protagoniste, puisque longtemps négligée au profit d'autres médiums (l'art moderne privilégie la peinture, la sculpture en bronze et l'art contemporain, l'installation, la vidéo, la performance, l'œuvre sans objet, etc.). Comme l'avance Boris Groys au sujet des musées d'art contemporain, leur développement vise à corriger les représentations de l'art à une époque spécifique, et « ces corrections sont à leur tour corrigées et le processus de réécriture et de ré-représentation de l'histoire de l'art devient infini[427] ». Cette exposition cristallise ainsi la rupture partielle avec le monde originel de la poterie. Et cette rupture peut être observée à plusieurs niveaux : le premier est le partenariat entre deux lieux de diffusion incarnant les lieux des clivages institués : art contemporain / patrimoine. Le deuxième réside en la technique expographique pour l'agencement des œuvres. La majorité de modules où sont présentés les pièces sont en polystyrène blanc (à exception de quelques œuvres possédant leur propre socle en céramique, en métal ou certaines pièces couvertes par un module en verre). L'aspect conventionnel –blanc et rectangulaire- de ces modules peut tromper l'œil du visiteur au début, mais susciter des questionnements une fois qu'il s'en aperçoit. La réaction se traduit notamment par l'acte du toucher. Face à cela, les concepteurs ont jugé nécessaire de disposer un panneau explicatif à l'entrée

[426] J. Davallon, « Le pouvoir sémiotique de l'espace », art cit, p. 40.

[427] B. Groys, « Le musée pour l'installation d'art contemporain », art cit.

de l'exposition sur un socle unique destiné au toucher et ayant pour but également d'empêcher que les visiteurs ne touchent ni les socles ni les œuvres au long de l'exposition. Cela dénote également de l'intention de rompre avec l'exposition classique de l'objet décoratif ou patrimonial, et tente de jouer avec les significations.

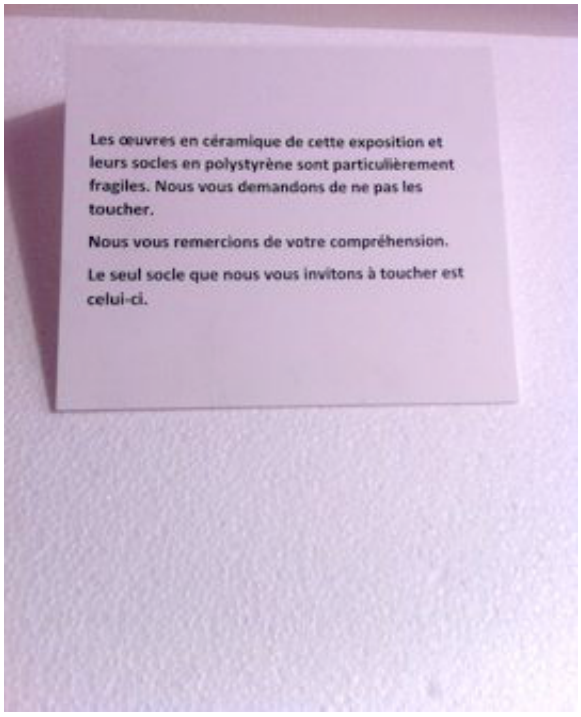


Image. Socle polystyrène Exposition Ceramix

Ceramix offre ainsi un point de vue, non seulement à travers les œuvres et l'espace, mais aussi par un schéma cognitif d'appréhension d'un savoir en rupture partielle avec son monde d'origine. Ici, le « savoir céramique » est un propos reconfiguré, textualité et disséminé sur le territoire de l'art contemporain. Jean Davallon propose de regarder l'exposition à partir de trois catégories : la situation de rencontre, l'outil de stratégie communicationnelle et celle visant un impact social. La première a pour but de mettre en contact le visiteur avec les objets avec la plus grande efficacité possible. L'exposition « outil de stratégie communicationnelle » vise à faire passer un message avec une visée explicative. L'exposition visant un impact social est destinée à donner ou redonner « à un groupe le sentiment de son existence et de son identité. Présentation des particularités d'une région, d'une ville, d'un métier ou d'un groupe[428] ». C'est à cette dernière que l'exposition qui nous occupe se raccorde le

[428] J. Davallon, *L'exposition à l'oeuvre*, *op. cit.*, p. 159.

mieux en ce qu'elle aspire à faire exister la céramique au sein de la création artistique contemporaine. En elle se reconnaissent les acteurs d'un monde en tension et marqués par le sentiment de marginalité. Elle est aussi une situation de rencontre entre l'objet et le monde d'origine auquel il appartient. De ce fait, « les expositions ne sont pas des lieux où on montre du savoir mais où on montre comment le savoir se construit[429] ». Et si les catégories ne sont pas étanches, les fonctions de l'exposition ne le sont pas non plus : troubler le visiteur, susciter des émotions, construire un discours spécifique, lutter contre les stéréotypes, sont quelques unes des fonctions dans la vie sociale et culturelle de nos sociétés[430]. La fascination actuelle pour les expositions temporaires, notamment dans le domaine de l'art contemporain, découle, selon Jacques Hainard, de l'héritage des Salons ou se déroulaient les scandales des innovations picturales[431].

En observant cette exposition à partir de trois niveaux de lecture nous allons tenter de comprendre l'hétérogénéité d'enjeux suscités par les modalités de cette mise en exposition : (1) les ressorts médiatiques d'une telle exposition, à travers notamment ce qui est dit par la presse généraliste puis par la presse spécialisée, (2) les amateurs et experts, à travers à l'observation d'une visite de l'exposition par un groupe de membres du Club des collectionneurs de céramique, (3) et enfin, l'expérience d'un visiteur néophyte, qui pour la première fois assistait à une exposition de ce type.

3.5 Ceramix dans la presse

L'effet « surprise » de la presse généraliste

Cette exposition montre l'usage de techniques diverses allant de la peinture et la sculpture aux techniques mixtes appliquées à la céramique. Le titre de l'exposition "Ceramix" évoque cette diversité et le sous-titre "De Rodin à Schütte", l'illustre. En montrant qu'un nombre important des plus grands artistes internationaux ont fait de la céramique, l'exposition a également pour vocation de surprendre par la mise en exposition de l'inédit. La forte médiatisation de l'exposition (dont un grand nombre d'articles parus dans la presse généraliste) exprimait l'étonnement. En effet, des

[429] Jacques Hainard cité dans C. Merleau-Ponty, J.-J. Ezrati et É. Caillet, *L'exposition, théorie et pratique*, *op. cit.*, p. 31.

[430] *Ibid.*, p. 18.

[431] *Ibid.*, p. 22.

périodiques comme le Monde, Libération, évoquaient le caractère surprenant de l'exposition, à travers notamment trois registres :

i. Le premier concerne le traitement différentiel et artistique d'un matériau couramment associé à des usages anciens et dépassés. En soulevant le décalage sémiotique entre les stéréotypes du service à thé en porcelaine de la grand-mère, l'objet décoratif kitch et vieillot, ces journalistes affichent leur surprise face à une exposition qu'ils nomment *indomptable, violente, imprévue*…

> « Né de la fusion de la terre et de la cendre dans un four si ardent que rien d'autre n'en réchapperait. Bref, une tasse de raku, c'est un volcan dans un verre d'eau. Tout cela pour dire que les visiteurs « de « Ceramix » ne doivent surtout pas s'attendre à y découvrir une sinistre réunion de services à thé en fine porcelaine et autres souvenirs de Vallauris rapportés par grand-mère. Quand les artistes s'en emparent, la céramique s'avère indomptable et indomptée, violente et incarnée[432] ».
>
> *Le Monde*

> « On croyait ces matériaux ringards, marginaux, à vocation décorative, voire relégués aux vaisseliers de grands-mères. Pourtant, les jeunes artistes s'en emparent avec enthousiasme, séduits par ce procédé proche de la cuisine, avec toutefois sa part d'imprévu. Ces créations sont des pièces uniques, ce qui accroît aussi leur charme et leur valeur[433] ».
>
> *Libération*

ii. D'un autre coté s'exprime la surprise sur la présence des grands maîtres tels que Léger, Miro, Picasso, Vlamink… dont le travail en terre est peu connu du grand public.

> « Les organisateurs de Ceramix ont osé le court circuit temporel, à côté des œuvres de Gauguin, j'aperçois plusieurs très belles céramiques de Léger et quelques personnages, sexy et rigolos, du peintre Miro. En face, je suis surpris par la beauté d'un immense vase bleu à décor d'oiseaux. J'approche et je lis sur le cartel le nom de... Vlamink. Décidément, cette présentation à Sèvres est bien surprenante. Tant

[432] Emmanuelle Lequeux, « Le potentiel érotique de la céramique », *Le Monde.fr*, 30 avr. 2016.

[433] « «Ceramix», un max de terre cuite », art cit.

mieux[434] ».

Le blog de Thierry Hay sur Culturebox (journaliste et reporter)

iii- Le troisième registre de la surprise concerne la connotation sexuée de l'exposition. En effet, deux sections étaient consacrées à l'amour, le sexe et l'érotisme : *Hétéro Is, Erotic is / Eros et Thanatos*. Cet aspect montre une histoire de l'art parallèle faite en céramique à partir des mêmes codes et sujets fréquemment présents dans l'art contemporain. La technique et la matière sont secondaires face aux concepts liés au genre et à la sexualité :

« On ne saurait donc accuser d'avoir l'esprit mal placé quiconque y verrait, à chaque recoin de vitrine, surgir des phallus, se creuser des vagins, s'attiser des caresses[435] »

Le Monde

Image. Visiteurs à l'exposition Ceramix, la Maison Rouge, 2016

[434] *Ceramix : exposition réjouissante à Sèvres-Cité de la céramique et à La Maison Rouge*, http://culturebox.francetvinfo.fr/le-blog-de-thierry-hay/2016/03/09/ceramix-exposition-rejouissante-a-sevres-cite-de-la-ceramique-et-a-la-maison-rouge.html , 9 mars 2016, (consulté le 13 mars 2016).

[435] E. Lequeux, « Le potentiel érotique de la céramique », art cit.

La presse spécialisée : attentes et déceptions

La réaction de la presse spécialisée a été aussi marquée par le seau de la surprise, mais contrairement à la presse généraliste, celle-ci évoquait des postures controversées. Légitimer la céramique exclusivement à travers le prisme de l'art contemporain, est considéré par certains critiques, comme un choix contestable. Ces spécialistes de la céramique manifestent leur regret face à l'approche très médiatique et spectaculaire de l'exposition. Carole Andréani, critique d'art, écrivait à ce propos :

> « L'intérêt qu'exerce Ceramix est indéniable. Diversité, choc visuel, couleurs vives, sexe, assemblages rigolos, dimensions exceptionnelles parfois, l'exposition est un « panoramix » assez général de ce que les plasticiens ont pu faire avec la céramique depuis plus d'un siècle. […] Le seul rapport est le matériau. Mais depuis quand la terre, cuite est-elle, en soi, un argument suffisant pour faire art ? Etrange retournement de valeurs[436] »

Carole Andréani déplore, comme nombre d'autres acteurs du milieu, l'exclusion évidente des céramistes au sein de l'exposition. La critique se base principalement sur l'*oubli* des céramistes, à cause de leur prétendue appartenance au monde artisanal, privilégiant les icones du marché de l'art. L'argument s'appuie notamment sur la qualité esthétique des productions artistiques des céramistes en comparaison des artistes contemporains dont on dénonce le traitement polémique de leur art :

> « Un céramiste comme Claude Champy aurait dû y être avec ses grands et tumultueux bas-reliefs, Jean François Fouilhoux et ses calligraphies spatiales ou Kristin Mckirdy […] mais leur origine artisanale est comme une tare symbolique empêchant le processus d'artification. […] Leur préfère le grand geste iconoclaste de Ai Weiwei ajoutant un zéro au prix de ses œuvres quand il casse une terre cuite han ou chaque fois qu'il fait un tour en prison[437] »

---

[436] Carole Andréani, « Ceramix. L'entre-soi et la question de l'artification », *Revue de la céramique et du verre*, Mai-Juin 2016, n° 208, p. 18.

[437] *Ibid.*

Carole Andréani conclue son texte en regrettant que « les artistes céramistes ne doivent pas compter sur cet événement pour les tirer de l'ignorance où ; globalement, l'institution les maintient[438] ». L'exposition a suscité néanmoins, multiples réactions ouvrant la place à un débat au sein de la communauté céramique. Nombreux sont les courriers ayant été envoyés à la rédaction de la RCV et dont certains ont été publiés. L'extrait qui suit donne à voir l'expectative vis-à-vis de cette manifestation pour le monde de la céramique, mais aussi le mécontentement face aux choix des commissaires d'exposition sur le fait que très peu de céramistes y soient présents :

> « Ce qui m'a frappé le jour de l'inauguration, c'est la jeunesse du public très nombreux. C'est pour le moins inhabituel et formidable. […] Ne gâchons pas notre plaisir : cela laisse la porte ouverte à beaucoup d'expositions à venir. C'est très positif pour la céramique. Réjouissons-nous ! […] Les céramistes que travaillent en complicité ave la terre, le feu et l'émail finiront peut-être par trouver leur place naturellement. Il suffirait de trouver un « curateur » un peu plus poète. Il faut reconnaître que « nous autres » n'avons pas su nous organiser médiatiquement, c'est dommage mais le fait d'être un peu en marge laisse un espace de liberté, d'intégrité… [439]»

La condition de marginalité médiatique est ici considérée comme une « espace de liberté » à l'image de ce qu'avance Flora Bajard sur le retournement de stigmate chez les céramistes où l'on se sert d'un trait considéré comme négatif pour opérer une valorisation. Outre le sentiment d'exclusion, Bernard Bachelier exprimait son adhésion à l'approche donnée à l'exposition et son caractère novateur, mais évoquait des « manques » se référant à l'absence de certains céramistes emblématiques.

> « Ceramix est une exposition magistrale dont l'ambition est d'écrire l'histoire de la céramique dans l'art des XXe et XXe siècles. […] Cette exposition constitue une étape historique. Ce qui est ressemblé est exceptionnel et a demandé une détermination de longue haleine. […] Certes, il y a des manques, historiques ou

[438] *Ibid.*

[439] « Quelques réflexions de Claude Champy sur l'exposition Ceramix », *La revue de la céramique et du verre*, Juillet-Aout 2016, n° 209, p. 11.

> contemporains. Les commissaires le savent et Camille Morineau rêve d'un Ceramix 2 ouvert à d'autres courants et régions du monde[440] »

Pour le président du Club de collectionneurs de céramique et contributeur régulier au sein de La Revue de la céramique et du verre, la question principale concerne la définition de la céramique d'art. La position adoptée par les producteurs de l'exposition écartant les arts décoratifs et le design est selon lui, justifiée. Alors que l'exclusion des artistes céramistes de renom demeure incomprise, l'exposition est perçue comme une opportunité pour « transcender les oppositions » entre art et artisanat.

> « L'exposition vise un positionnement au sein du monde de l'art et, de ce point de vue, elle arrive à point. Elle exclue les arts décoratifs et le design, à l'exception d'Ettore Sottsass. Ce parti pris se justifie. Mais elle n'accueille des artistes reconnus du monde de la céramique, que lorsqu'entrent par le biais des scènes étrangères. La céramique doit transcender les oppositions entre art et Craft, dit Camille Morineau. Nous partageons cette affirmation. Incarnons cette intention et unissons nos forces[441] »

Du coté de la presse spécialisée en art contemporain, la revue Artpress, réaffirme le phénomène d'engouement de la céramique par de nombreux artistes contemporains, mais ce qui est relevé sont surtout les qualités plastiques de la matière :

> « La céramique, aucun autre matériau ne cumule à un tel degré les charmes de la couleur et du volume, aucun ne laisse autant de place à la surprise et ne procure une sensation aussi puissante de proximité. Là résident sans doute les raisons de la redécouverte du médium par de nombreux artistes contemporains, phénomène auquel Artpress a consacré un numéro spécial […] Cette exposition fait la preuve des ressources infinies de la céramique. On peut tout faire avec la terre ; on peut simuler

[440] Bernard Bachelier, « Ceramix à Maastricht », *La revue de la céramique et du verre*, janvier 2016, n° 206, p. 14-21.

[441] *Ibid.*

> le vent (Piet Stockmans), arracher un livre à l'oubli (Takako Araki), pasticher Warhol (Kimiyo Mishima) ; on peut la plier (Katinka Bock), l'empiler (Rachel Kneebone), l'enfoncer (Miquel Barcelo), l'écraser, la tordre, la trouer… Tout cela et mille choses encore[442] »

En proposant une lecture des possibilités plastiques et esthétiques de la matière, la revue s'emploie à mobiliser non pas une rhétorique de la surprise comme dans la presse généraliste, ou de la déception comme dans la presse spécialisée en céramique, mais de son esthétisation. Elle émet une analyse du phénomène en partant du postulat que la céramique se trouve déjà intégrée. C'est par la qualité plastique des œuvres présentées qu'elle surprend. Le lectorat auquel la revue d'art s'adresse —amateurs et connaisseurs—, ne sera pas surpris à travers le phénomène de « retour de la céramique » (mais par ses possibles esthétiques) annoncé déjà dans Artpress 2 en 2013 sur « la céramique au delà de la céramique ».

3.6 Collectionneurs et experts à Ceramix

Récit d'une médiation pour les experts et par les experts

La visite de l'exposition Ceramix avec des collectionneurs du Club de collectionneurs de céramique « les céramophiles », constitue un des terrains d'observation ayant apporté à comprendre les clivages et querelles singularisant le monde de la céramique, mais aussi ses richesses. Cette visite a été proposée au mois de janvier pour la date du 12 mars 2016 et se limitait à 25 personnes. Très rapidement complète, une deuxième visite est programmée le 17 mars. La première visite a lieu avec 28 personnes. L'activité était gratuite grâce à un partenariat établi entre les deux institutions et le Club. Le rendez-vous est fixé à 10 heures au musée de la Cité de la céramique, Sèvres et une pause déjeuner est prévue vers Bastille près de la Maison Rouge à 12h où se poursuit la deuxième partie de l'exposition. La visite guidée[443] a été assurée par Bernard Bachelier, président du club. Une fois que les billets ont été distribués aux membres du club, la déambulation dans l'exposition commence. La visite que

[442] Catherine Francblin, « Ceramix, de Rodin à Schütte », *Artpress*, Mai 2016, n° 433, p. 26.

[443] Un voyage à Maastricht avait été organisé par le club avec une visite guidée assurée par la commissaire d'exposition Camille Morineau.

Bernard Bachelier a préparée articule deux registres discursifs : comprendre la démarche de l'exposition, les œuvres qui la composent et ensuite, saisir les enjeux de cette proposition au vu de la pratique de la collection de céramique. Le mot d'ouverture présente la thèse des commissaires d'exposition : « Elles se sont peu à peu rendu compte de l'importance de la céramique dans l'histoire de l'art. Cette exposition est le fruit de quatre ans de recherches ». A l'aide d'un petit carnet de notes, Bernard Bachelier poursuit la visite en s'arrêtant devant certaines œuvres qu'il a choisi. Pour sa médiation, il aura recours à de nombreuses références de l'histoire de l'art, pointant la nécessité de relier la céramique aux divers courants de l'art : l'abstraction, l'expressionnisme et notamment l'art contemporain sont évoqués. En nommant les œuvres ayant été présentées dans des biennales internationales de renom telles que la biennale de Vénice ou la Fiac[444], Bachelier tente de montrer les évolutions de la céramique au sein de l'art contemporain. Par exemple, concernant l'artiste anglaise Rachel Kneebone, il dit : « Elle est au top niveau du marché ! Son travail est intéressant, puis elle est chaque année à la Fiac ». Bernard Bachelier affirme que « Camille Morineau a souhaité donner à l'expo un angle de lecture très porté par les questions de genre » et souligne que c'est elle même qui avait organisé l'exposition « Elles » sur les femmes artistes dans les collections du Musée national d'art moderne (Centre Pompidou) en 2009. Les critiques politiques de la société de consommation (cf. David Gilhooly ou Johan Creten) et la rupture avec la tradition à travers des sections telles que *Laisser tomber le vase, casser l'assiette, Sacré et profane : les traditions revisitées* s'instituent au même titre que le genre, comme une transposition du vocabulaire de l'art contemporain sur la production céramique. D'un autre coté, malgré l'absence des figures emblématiques de la céramique française, durant la visite, Bernard Bachelier fait référence à certains d'entre eux comme Claude Champy : « Voulkos, (un céramiste étasunien de l'époque de *La libération de l'argile* dans les a nées 50) a été d'une grande inspiration pour Champy ». C'est ainsi qu'on voit s'instaurer au fil de son discours, une rhétorique évoquant « la force du matériau » et l'importance de lier Ceramix au monde originel de la céramique d'art, lequel est peu ou pas représenté. En effet, c'est la force et l'authenticité qu'expliquent l'intérêt des artistes pour la matière. Sur l'installation de Rachel Labastie intitulée

[444] Foire internationale d'art contemporain ayant lieu à Paris (Gand Palais, Petit Palais et autres lieux de Paris) dans le courant du mois d'octobre chaque année.

« Entraves », Bachelier raconte que lors d'une rencontre avec l'artiste, celle-ci a partagé avec lui pourquoi elle s'est intéressée à la céramique :

> « Elle a choisi la terre d'abord parce que c'est un matériau primitif… c'est là que se trouve sa force, mais à cela s'oppose la finesse et la fragilité de la porcelaine. Pour parler de l'enfermement la céramique lui permet de jouer avec tout ça. […] Le matériau porte le sens lui même, apporte une connotation et une puissance que d'autres matériaux n'ont pas. Le matériau porte lui même la force de la pauvreté et donne à voir l'ironie par exemple ».

Image. Visite de l'exposition Ceramix avec les membres du Club de collectionneurs de céramique « les céramophiles ». Salle Johan Creten, La Maison Rouge, Paris, 2016

Ces propos entrent en résonance avec ce qui est dit dans le catalogue de l'exposition : « L'empreinte de la main sur la terre a été la première forme de sculpture ; le feu ce qui a séparé l'homme de l'animal. Aussi la terre passée au feu, définition de la céramique, renvoie-t-elle à des gestes et à des concepts primordiaux qui intéressent les artistes aujourd'hui. L'authenticité de ces matériaux les interpelle, notamment son

rapport d'intimité avec le corps[445] ». Pour certains, cette idée suscite quelques réactions. Une visiteuse rétorque sous un ton dé approbateur :

> « Enfin, pour beaucoup comme pour Alechinsky, la céramique est clairement qu'un support comme un autre. Ça se voit bien là ! ».

Ou encore, pour ce collectionneur, persuadé que la matière n'est pas indispensable dans la plupart des créations :

> - « Le matériau pour la plupart est un hasard. Ça aurait pu être fait en résine, bois, marbre, peint… terre cuite, et le résultat serait le même… Quoique la terre a quand même sa chaleur, sa couleur », - reprend-t-il en regardant une pièce-.

La médiation en expertise

> - « Et alors ? Vous prenez quoi comme notes ? », —me demandait une collectionneuse alors que je prenais des notes de la visite—,
>
> - « Je note ce qui est dit et la façon dont c'est dit »
>
> - « Ah ! Mais c'est son point de vue », —rétorquait-t-elle—.

Ce court échange avec une collectionneuse illustre l'état de conscience de la visite en tant qu'elle émane d'un discours individuel. En effet, Bernard Bachelier est un collectionneur de céramique et les visiteurs présents le savent. La section « Laisser tomber le vase, casser l'assiette » par exemple, a été l'occasion pour le guide de la visite, collectionneur et président du club, de partager son point de vue personnel. Pour lui, cette section montre la volonté de dissocier la céramique de son acception utilitaire : « L'évidence de l'importance du pot dans la céramique à travers l'œuvre de Barceló est montré ici, mais montre aussi la déconstruction du contenant ». Sa posture

[445] C. Morineau et Lucia Peasapane, *Art et céramique*, *op. cit.*

analytique émane des échanges qu'il a eus avec les commissaires de l'exposition et autres acteurs impliqués, et s'articule également à son expérience personnelle avec la céramique :

> « Je vous invite à regarder ces céramistes que j'aime beaucoup. Il s'agit de sculptures essentiellement, mais qui exploitent la plasticité et la sensualité du matériau. -Yee Sookyung par exemple, il y a l'interprétation du matériau, la cassure. L'or dessine les structures et l'émail. C'est beau[446] »

Le conférencier donne son point de vue tant sur l'exposition et les œuvres présentées que sur leur agencement. Sur la salle consacrée à la céramique italienne, il avance : « C'est une salle importante dans un lieu un peu ingrat ». Le point de vue de Bernard Bachelier, même s'il émane d'une posture liée à sa pratique personnelle de la collection, se veut au plus près de la vision collective, puisqu'il est aussi président du club et c'est à ce titre qu'il mène la visite guidée— :

> « Trois des artistes à qui on a consacré les salles monographiques, appartiennent à la scène parisienne. C'est-à-dire qu'on peut les voir. Peut-être pas les acheter, ce n'est pas notre cible, mais on peut les suivre[447] »

Son regard est aussi porté sur l'accession de la céramique au marché de l'art contemporain, mettant la focale notamment sur le rôle des collectionneurs dans les dynamiques de marché. Face à une œuvre de l'artiste Philip Elgin, Bernard Bachelier attire l'attention et avance sur un ton sérieux :

> « Ici, j'ai un reproche à vous faire. Vous auriez pu l'avoir. Et à un prix assez abordable. En tout cas, maintenant c'est plus le cas. Il a été présenté chez Hélène Aziza. Nous avons dîné avec lui et nous n'avons rien acheté[448] ! »

---

[446] Propos extraits de la visite de l'exposition Ceramix avec les membres du club des collectionneurs par Bernard Bachelier, directeur et guide lors de cette visite. Enquête de terrain 2016.

[447] *Ibid.*

Il assume ainsi une posture ambivalente entre son adhésion à la proposition expographique novatrice et sa démarche personnelle dont l'approche diffère considérablement. Néanmoins, il affirme que l'exposition est une avancée importante pour le monde de la céramique :

> « Circuits céramiques en 2010 a eu des effets très positifs, un énorme pas en avant. Avant, 'Céramique' voulait dire salle de bain. Ceramix va encore plus loin »

C'est ainsi que ce contrat tacite entre les collectionneurs et Bernard Bachelier, relève d'une relation de confiance que selon Joëlle Le Marec s'établit entre les musées et le public : « Un des moteurs des relations entre les publics et les institutions n'est pas l'attente et l'usage de produit et services dans une perspective pragmatique et libérale, mais la confiance et la réactualisation de cette confiance qui passe ou ne passe pas par un usage effectif des dispositifs institutionnels[449] ».

« S'il n'explique pas, on ne voit pas tout ça ! » s'exclamait un visiteur devant une œuvre de Ai WeiWei. Ce besoin assumé d'une médiation concerne avant tout les codes de l'art contemporain, dont ces collectionneurs se sentent dépourvus. Le fait que cette explication vienne de quelqu'un de leur milieu semble rassurant. « En photo j'aime pas, mais dans l'espace ça fonctionne très bien. Puis là on comprend mieux » disait une collectionneuse face à une œuvre de l'artiste Elsa Sahal. On entend à plusieurs reprises des exclamations de satisfaction : « On a un bon conférencier ! ». La légitimité du guide en tant que leader donne la place à des échanges sur les points de vue entre experts en céramique. La visite guidée prend ainsi la forme d'une évaluation globale de l'exposition, du travail des artistes, mas aussi de l'état actuel de la céramique par rapport à l'art contemporain. Ce travail de médiation fait par un expert et en direction des experts en céramique, sur un terrain familier et inconnu à la fois, renseigne sur la façon dont les amateurs engagent des comportements vis-à-vis

---

[448] *Ibid.*

[449] J. Le Marec, *Publics et musées*, *op. cit.*, p. 21.

de leur condition d'amateur, valorisant leur passion au moyen de l'appartenance au collectif, mais aussi de leur différenciation.

Si au début de la visite, tout le monde écoute attentivement et en silence, il ne se passe pas plus de dix minutes avant que les amateurs interagissent avec le guide et entre eux : ils donnent leur avis, font des remarques, posent des questions et très rapidement l'ambiance adopte un ton décontracté, sur lequel va se poursuivre le reste de la visite. « Il y a d'autres pièces qu'à Maastricht, c'est autre chose ! » s'exclamait une collectionneuse à peine entrée dans le musée. Les visiteurs se déplacent dans les salles avec fluidité. Il n'est pas rare d'observer certains collectionneurs toucher les pièces (comportement courant dans les marchés potiers, dans les ateliers des céramistes, parfois dans des expositions mais rare dans le milieu de l'art contemporain). Alors qu'une collectionneuse caresse une œuvre, une gardienne de salle s'approche d'un pas pressé et lui dit :

> - « Madame, on ne peut pas toucher—! »
>
> - « Ah bon ? », s'exclame-la collectionneuse d'un air confiant ; « Je croyais que la céramique on pouvait toucher… c'est costaud, vous savez ? »
>
> - « Vous le savez très bien madame » ; lui répond la gardienne.
>
> - *Les autres visiteurs à proximité croissent quelques regards et rires complices*

Cette scène est illustrative de l'état d'esprit de la visite d'un expert en terrain connu. La familiarité avec le lieu et l'effet de groupe fait jaillir un sentiment de complicité entre les individus partageant un même socle de connaissances et de codes. Le fait de toucher les pièces par exemple, fut plus évident lors de la visite à Sèvres qu'à la Maison rouge. Est ce que la connaissance du monde de la céramique (matériaux, techniques, etc.) apporte-il à ce sentiment de confiance vis-à-vis des œuvres et de l'institution de sèvres ? Dans quelle mesure cette proximité confère-t-elle un sentiment de confiance ? Ces individus exécutent des mécanismes de différenciation, marquant une distinction[450] sociale par leur rapport à l'environnement. Ces postures

[450] Pierre Bourdieu, *La distinction critique sociale du jugement*, Paris, Éd. de Minuit, 1979.

désignent en dehors de la théorie des classes sociales, autant de relations et processus d'appropriation que de jugements esthétiques au fondement de la passion[451].

Le déploiement de l'expertise au sein de l'expérience réceptive que constitue cette visite peut passer par la correction. Dans une salle de l'exposition à Sèvres, le groupe s'arrête devant une pièce de Jacqueline Lerat[452], une des grandes figures de la céramique française (et une des rares céramistes représentés à Ceramix). Bernard Bachelier avance qu'il s'agit d'une des trois artistes ayant fait partie de l'exposition « 8 artistes et la terre ». Un collectionneur prend la parole pour faire une remarque :

> « Cette pièce est présentée comme ayant été faite par Jacqueline alors qu'en réalité c'est Jean Lerat qui l'a fait. Elle y a participé. Mais c'est important de le dire parce que ça montre le manque de culture céramique vis-à-vis du matériau et des céramistes[453] »

Laisser entendre qu'il y a un manque de justesse dans les informations renseignées dans l'exposition cristallise d'une part le degré d'expertise de ce public et d'autre le désaccord avec la représentation que l'exposition construit de la céramique. En effet, en rectifiant l'erreur devant les autres collectionneurs, l'individu ratifie sa légitimité d'expert en céramique et soulève la méconnaissance de la céramique aux mains des acteurs de l'art contemporain à l'origine de l'exposition. Parmi les nombreuses remarques de désapprobation faites, la plupart surviennent dans un cadre quasi-secret. À la Maison rouge, j'aperçois une collectionneuse avec un air choquée et pointant du doigt une pièce. En m'approchant, je lui demande si elle a trouvé des erreurs dans les cartels. Elle répond :

---

[451] Christian Le Bart, « Stratégies identitaires de fans », *Revue française de sociologie*, vol. 45, n° 2, p. 283‑306. 2004

[452] Jacqueline Lerat est une céramiste française connue pour avoir travaillé la terre avec son époux, Jean Lerat à La Borne dès les années 40, alors que la tradition céramique de la localité était en déclin. Ils appartiennent au groupe des fondateurs de la céramique d'art décrit par Flora Bajard. Leur production céramique est passée d'un travail utilitaire et porté sur des techniques traditionnelles vers un travail sculptural. Ils ont participé activement des différents processus de la céramique d'art en France. Elle fait partie de l'exposition « 8 artistes et la terre ». Pour plus de détails : www.jjlerat.fr

[453] Propos enregistrés lors de la visite de l'exposition Ceramix par un des membres du club des collectionneurs de céramique suivant la visite.

« Je ne les cherche pas, mais oui. Ça aurait été l'occasion d'être juste. Là, par exemple : c'est marqué grès émaillé alors que c'est du grès, de la terre nue cuite au four à bois. C'est la fumée qui fait ça. Le génie est là ! Il faut le dire. On fait ça (ne pas l'expliciter) dans l'art contemporain. C'est dommage je trouve ».

L'expérience réceptive de ces collectionneurs engage rapidement une pratique de la distinction à partir de l'expertise. Et cela est à relier avec l'émotion que procure la pratique et notamment à l'attachement avec le monde qu'ils investissent et dans lequel ils évoluent. En effet, comme l'avançait Sylvia Girel, « au fur et à mesure, l'amateur se dote de critères, de moyens d'expertise qui l'autorisent à prendre plus de risques. La pratique de l'art contemporain, fondée sur un apprentissage, une évolution du regard, se transforme en pratique de distinction. Le collectionneur devient expert[454] ».

Verdict final : entre critique et adhésion d'un public exigent

Outre les critiques, erreurs trouvés et étonnements divers, l'enthousiasme des visiteurs vis-à-vis de l'exposition est notable. De nombreux amateurs de céramique ne se sentent pas proches de ce type de création contemporaine mais découvrent pour beaucoup, de nouvelles propositions artistiques, lointaines de leur univers. C'est ainsi que l'absence des figures phares du monde de la céramique, Ceramix suscite globalement une adhésion importante :

- « Je trouve que c'est très bien articulé. Il y a vraiment pour tout le monde ! Il y a un syncrétisme fou », avance une collectionneuse qui est aussi galeriste.

- « J'ai découvert beaucoup de choses ! J'ai l'impression d'avoir énormément de lacunes»

- « C'est sur qu'il y a beaucoup d'autres artistes qui mériteraient d'y être représentés. Mais il y a tellement un large éventail, que c'est déjà énorme ! »

[454] Sylvia Girel, *La scène artistique marseillaise des années 90: une sociologie des arts visuels contemporains*, Paris, France, 2003, p. 182.

Cependant, ce qui est perçu de manière positive par certains, peut être contesté par d'autres. En effet, lorsque la visite se termine, une partie du groupe se rassemble autour de Bernard Bachelier :

- Alors ? Vous en pensez quoi ? « Est ce qu'il y a des rejets ? », demande le guide.
- « Je préfère Montmollin ! » on entend dire. Certains rient, d'autres désapprouvent. Le collectionneur poursuit sa remarque : « On voit bien que c'est la céramique hors vases qu'on veut montrer. C'est une branche intéressante la sculpture contemporaine avec la céramique. Mais c'est un aspect, une entrée, une approche... Et moi, je me dis que ça peut avoir pour effet de ringardiser le reste ! ».

La diversité de réactions que suscite cette exposition montre bien les nombreuses représentations mais aussi les incertitudes et indéfinitions que recouvre le milieu. On note dans les discours des amateurs, ainsi que dans l'effervescence médiatique de l'événement, les attentes relatives aux effets de l'exposition dans le sens de la démocratisation de la céramique. Après l'expérience « Circuits céramiques » en 2010 s'était suivie une longue période d'absence de grandes manifestations autour de la céramique. Aujourd'hui, les discours *révolutionnaires* relatifs à la reconnaissance de la céramique par le grand public ainsi que par les acteurs sociaux et institutionnels de l'art contemporain oscillent entre optimisme et incertitude, comme le note Claude Champy à propos de Ceramix : « Attendons que la vague se retire d'elle même et de voir ce qu'il en restera[455] ».

3.7 Rencontre avec un visiteur néophyte à Ceramix

Pour finir cette étude de cas sur l'expérience réceptive de l'exposition Ceramix, nous avons approché un visiteur néophyte afin de saisir-quelques unes des représentations extérieures du monde de la céramique. Ce jeune homme de 30 ans récemment diplômé en Informatique et télécommunications, à la recherche d'un emploi, accompagne sa copine, étudiante en art, visiter l'exposition Ceramix. Nous les retrouvons à l'issue de l'exposition. Sa partenaire préfère lui laisser parler afin

[455] « Quelques réflexions de Claude Champy sur l'exposition Ceramix », art cit.

d'entendre « ce qu'il a à dire », puisqu'il « n'est pas habitué des expositions d'art et encore moins de céramique », selon ses dires.

> « En fait, j'ai déjà été dans de marchés de potiers, plus artisanaux. Là, on voit des choses différentes, d'autres matériaux aussi, avec une approche plus artistique que ce que j'ai l'habitude de voir… les œuvres en soi, leur disposition… c'était pas juste de bouteilles, ou de choses pour la consommation … des récipients et ces choses là[456] ».

L'utilité de la chose est pour lui un indicateur déterminant de ce qu'est artistique ou pas, si c'est un objet qui a une fin en soi ou s'il est « un moyen d'exprimer quelque chose d'artistique ». Il dit n'avoir qu'une connaissance très vague de ce qu'est la céramique. Lorsque nous lui interrogeons sur ce qui lui évoque le mot céramique, il répond que ce sont « des jarres et des objets qu'on peut utiliser » qui lui viennent à l'esprit. Sur un air un peu frustré, il dit ne pas avoir compris les processus techniques des œuvres, mais ce qui lui a le plus gêné c'est de ne pas comprendre de « quoi parlent les œuvres » :

> « En lisant les cartels il y avait les compositions avec quoi c'était fait mais que je ne connaissais pas forcement. Je n'ai pas lu tous les textes au début des salles, mais la plupart du temps je lisais les petits cartels pour essayer de comprendre de quoi parlent les œuvres. Après pour les matériaux, je n'ai pas trop insisté… si il y a un truc qui m'attire l'attention je regarde plus attentivement. Il y a quand même pas mal de choses que je n'ai pas compris[457] »

Il dit regretter ne pas avoir eu la possibilité d'avoir un audio-guide ou des textes explicatifs plus complets, notamment pour l'aider dans l'interprétation :

---

[456] Extrait de l'entretien avec un visiteur néophyte à l'exposition Ceramix à la Maison rouge, Paris. Enquête de terrain 2016.

[457] *Ibid.*

> « Ça ne dit pas ce que c'est. Ce serait bien qu'on dise ce que c'est. On voit, le titre mais de fois ce n'est pas très révélateur. En fait, je ne m'y connais pas du tout. Je ne comprenais pas du tout ce que ça représentait[458] »

La médiation écrite au sein de l'exposition manquerait selon lui des clés de lecture esthétique des œuvres plutôt que d'une lecture formelle (matière, technique, composition). Cependant, son propos révèle plutôt un sentiment de frustration face à la méconnaissance des codes spécifiques de l'art en général et plus particulièrement de l'art contemporain. Ne connaissant pas d'autres artistes que Rodin, Picasso et Duchamp, notre enquêté dit avoir découvert beaucoup d'artistes. Concernant les thématiques traitées au long de l'exposition, il avance avec un ton amusé :

> « J'ai entendu dire à une dame : « Il y a trop de pénis » et ça m'a fait rire. Mais c'est vrai que après ça je me suis rendu compte que c'était très souvent phallique ou sexuel… Mais bon, il y a de choses que j'ai pas compris… » *-comme quoi par exemple ?- «* Comme la fontaine (Elsa Sahal). Il y avait des corps sur des supports. On voit que c'est une partie du corps et j'ai pas très bien compris… enfin, je vois l'engagement, que c'est une femme qui pisse et non, un homme mais… c'est plus la forme qui interpelle[459] »

Le questionnement advient ainsi d'un traitement des sujets qui peuvent être troublants mais aussi et surtout du traitement de la forme et des couleurs. En effet, il confie avoir remarqué l'usage de couleurs peu « classiques » autres que la couleur marron de la terre. C'est donc au niveau du visionnage des vidéos d'artistes dont le propos est la terre qu'on voit émerger les rejets et résistances proches de celles qu'on retrouve régulièrement en matière d'art contemporain. C'est à dire un regard porté sur un art peu soucieux du travail, de la maitrise d'un matériau et de la démarche « infantile ».

> « Ça montre un peu l'artiste et son rapport avec la terre. Mais ça ne me dit rien. Il y avait une vidéo où il y avait une artiste qui faisait des gestes et modelait un gros bloc

[458] *Ibid.*

[459] *Ibid.*

> d'argile. J'ai moi même, quand j'étais petit modelé de la terre et j'ai fait des choses comme ça, sans vraiment prétendre un travail artistique. Je jouais et c'est tout. Là j'ai l'impression que, c'est ça mais que c'est un travail d'artiste. Vraiment là, j'ai pas compris[460] »

Nous lui demandons s'il y a eu d'autres choses qu'il aurait trouvé superficielles ou peu intéressantes. Il répond :

> « Je crois que c'était les œuvres de Thomas Schütte… C'était de la céramique et on a la possibilité faire des choses en 3D mais là j'avais juste l'impression que c'était quelques traits sur un bloc de céramique. C'était comme des tableaux en fait, avec quelques traits très forts, parfois colorés… mais on a la possibilité de faire des choses en trois dimensions et je trouve qu'il aurait pu tirer ses deux traits sur un papier et voilà. ça aurait pu être une peinture … je vois que le choix du support n'est pas justifié. On peut l'utiliser pour d'autres choses, pour faire des choses en 3D parce que c'est malléable, on peut corriger… c'est pas comme tailler de la pierre, je pense qu'on peut faire mieux[461] »

La possibilité de travailler la terre pour en faire des sculptures est perçue comme un atout négligé par l'artiste. Ce qui est soulève par cette rencontre « profane » avec l'art contemporain et la céramique met en lumière la difficulté de fractionner la matérialiôé d'un coté et le traitement artistique de l'autre. Ce visiteur approche l'exposition par les représentations usuelles de la céramique comme matériau voué à un traitement artisanal et fonctionnel, mais on voit qu'il parvient à transposer ses *a priori* sur l'art contemporain, en tant qu'il se trouve dans une exposition dans un lieu d'art contemporain et que tout est construit autour de cette idée.

3.8 Ceramix à l'épreuve des stéréotypes

La situation de rencontre que provoque cette exposition engage ainsi un rapport croisé chez les visiteurs de deux mondes de l'art. Leur confrontation est apposée sur des

[460] *Ibid.*

[461] *Ibid.*

présupposés idéologiques sous-tendant les valeurs artistiques. En effet, les différences existantes entre les étiquettes catégorielles de la céramique et de l'art contemporain renvoient à un nombre important de stéréotypes qui confortent la vision de deux mondes séparés. Si au lieu de parler des représentations sociales, nous nous employons à évoquer le stéréotype, c'est justement parce que le processus sociocognitif de l'attribution de la valeur dans ce que nous venons de voir, ouvre sur un important panel de registres en termes de jugement. La définition du stéréotype donnée par Jacques-Philippe Leyens, Vincent Yzerbyt et Georges Schadron concerne « un ensemble de croyances partagées à propos des caractéristiques personnelles, généralement des traits de personnalité, mais aussi des comportements propres à un groupe de personnes[462] ». Cependant, le déplacement de la considération du stéréotype depuis la catégorie des personnes vers la catégorie artistique, met en lumière la manière dont le producteur de l'exposition imagine ses publics et de l'autre, comment le stéréotype agit en un phénomène de l'expression de représentations, d'idées et de sentiments conventionnels relatifs à la céramique et à l'art contemporain. Si les préoccupations de l'espace de l'exposition pour les publics, à partir des années 1970 avec la « nouvelle muséologie », lorsque « la discipline s'intéresse essentiellement aux dimensions sociales, philosophiques, politiques, jusque-là négligées[463] » ont changé la donne. En effet, comme le dit Dominique Poulot, Ceramix est un espace d'exposition où se visualise la façon dont sont mobilisées les représentations des catégories artistiques dans la construction de nouveaux modèles théoriques et sociocognitifs, apportant à faire tomber les cloisons esthétiques. Les trois niveaux de lecture de l'exposition Ceramix que nous avons vus, présentent un panel de réactions diverses, non exhaustives, mais conformes à l'existence d'un stéréotype globalement négatif sur la céramique d'un coté et sur l'art contemporain de l'autre. L'exposition parvient d'une certaine manière à le remettre en cause au sein de ces publics hétérogènes lorsque le croissement s'opère. Les aspects positifs que ressortent de l'analyse de cette exposition montrent que l'effet « surprise » fait ainsi vaciller les considérations stéréotypées de chacun des deux mondes artistiques, mais sans pour autant les faire disparaître.

---

[462] Jacques-Philippe Leyens, Vincent Yzerbyt et Georges Schadron, *Stéréotypes et cognition sociale*, s.l., Editions Mardaga, 1996, p. 129.

[463] Dominique Poulot, *Musée et muséologie*, s.l., LA DECOUVERTE, 2010, p. 100.

Conclusion : La céramique à l'épreuve de la notoriété

Ce chapitre observait la convergence des stratégies de diffusion au sein des espaces où se construit la notoriété des artistes, les valeurs des objets, des pratiques et des disciplines. Il s'est agi d'abord d'analyser les lieux où se transmet la culture céramique, comme les rencontres professionnelles ou les lieux de formation à la céramique. Il est apparu que les individus investis dans la fondation de ces espaces provenaient surtout de la communauté professionnelle. Ce fut le cas du céramiste Alain Girel et son projet de création d'un centre de recherche et de création, le CIREC en Bourgogne, dont le non-aboutissement montrait non seulement les enjeux politiques en termes de reconnaissance institutionnelle, mais aussi les clivages que les fondent. En effet, la reprise et le remaniement du projet en un autre (CRAFT) plus proche du monde de l'art contemporain et du design que de la céramique d'art, mettent en évidence les difficultés auxquelles ce monde se heurte lorsqu'elle est confrontée aux orientations dominantes. Ces tensions engagent des négociations internes d'abord, puis avec le reste du paysage institutionnel et autres cercles de reconnaissance (grand public, presse, etc.) sur le degré de continuité avec l'héritage patrimonial du monde potier et de son identité collective vis-à-vis de l'art contemporain. Par conséquent, les institutions muséales telles que la Cité de la céramique, Sèvres, configurent les lignes de positionnement face à la demande sociale constituée par la question des publics et de l'art contemporain comme prérogative politique. Et c'est aussi à travers les multiples modalités d'action des rendez-vous de l'international comme les salons et biennales que l'on a pu constater l'écriture d'une nouvelle narrativité de la céramique conditionnée par ses rapports les plus récents avec l'art contemporain. Si bien, Circuits céramiques en 2010 et Ceramix en 2016, mettent en évidence la volonté des acteurs, des institutions et structures de la céramique pour dynamiser la scène céramique, ces événements montrent la forte concentration de l'activité dans la région parisienne ainsi que le caractère passager de ces grandes manifestations. L'analyse de l'expérience réceptive (presse, experts, publics néophytes) au sein de l'exposition Ceramix a également mis en évidence un cadre de l'horizon d'attente face aux représentations : surprise, espoir, déception… l'orientation de l'attente est corrélée à la reconnaissance institutionnelle et à la connaissance du grand public dans la contestation des clivages artistiques et les stéréotypes.

« Le marché de l'art n'est pas homogène et tandis que sur certains segments, collectionneurs, salons et galeristes sont les interlocuteurs essentiels de l'artiste, sur d'autres les institutions entrent en jeu et occupent une place clef[464] *»*

Chapitre II : Marchés de la céramique vs marchés de l'art

Le marché de la céramique est constitué d'espaces mobilisant des outils de communication et de valorisation. Malgré l'importance des interactions qui s'y opèrent, il reste un segment méconnu, de par sa variabilité en termes d'échelles et de modalités de fonctionnement. En effet, si le goût est déterminé par le capital culturel comme l'a démontré Pierre Bourdieu, la construction des règles et normes régissant les mondes de l'art, l'acquisition et le développement des compétences d'appréciation universelle face aux œuvres d'art « légitimes », sont aussi en partie déterminés par l'action des intermédiaires. On sait aussi combien il est difficile de prévoir à l'avance le succès d'une nouvelle création, dans une économie de l'incertain[465]. Mais, au sein de ces espaces où se propagent les discours et les valeurs artistiques, techniques et symboliques des objets, les tenants de la notoriété supposent des rapports croisés, parfois harmonieux, parfois en tension. En effet, cette scène complexe de par son caractère composite et paradoxal, tantôt intégré dans le marché de l'art contemporain, tantôt dans ses marges, mobilise l'identité collective au sein de sa pluralité d'espaces de circulation et de commercialisation (marchés potiers, rencontres professionnelles, salons, expositions, galeries, ateliers). C'est à travers divers cas de figure, que l'on tentera d'approcher comment elle s'est positionnée sur la place bancale qu'elle occupe et quelles sont les alternatives de son développement[466]. Les questions au fondement de l'analyse sont : comment se configurent les espaces de la commercialisation de la céramique ? En quoi se différencient-ils du marché de l'art contemporain ? La construction des marchés spécifiques peut-elle s'examiner comme un marché spécifique de l'art contemporain en marge d'un marché de l'art dominant ?

---

[464] Nathalie Moureau et Dominique Sagot-Duvauroux, « La nébuleuse des intermédiaires de l'art actuel » dans *Smartbe, L'artiste et ses intermédiaires*, s.l., Mardaga, 2010, p. 55-67.

[465] L'aspect « Nobody knows » développé par Richard Caves lequel désigne la difficulté à prédire l'impact d'une œuvre face aux publics dans les industries créatives.

[466] Sylvie Paraiso et al., « Quelles économies alternatives pour les arts et la culture ? », *L'Observatoire, la revue des politiques culturelles*, 1 janvier 2017, Hors-série 4, n° 3, p. 39-40.

1. Marchés et espaces intermédiaires : construire la valeur

Ainsi que le montre cet extrait issu d'un article décrivant le Printemps des Potiers de Bandol, la valorisation de la technicité, constitue l'une des principales idéologies sur lesquelles reposent les discours de la céramique. À cette rhétorique du travail, du façonnage, de la rapidité d'exécution et la maîtrise de la technique s'agrègent le geste artistique et l'unicité de l'œuvre. Cet ensemble compose l'identité professionnelle des artisans d'art, que comme l'avance Flora Bajard et Marc Perrenoud, se voit renforcée par la reconnaissance des pairs et l'œil d'un public « averti ». En effet, depuis que le processus d'artification a été entamé au sein du monde de la céramique, le travail du céramiste s'inscrit dans « une économie des biens symboliques (et) constitue ainsi une ressource pour la valorisation marchande. Elle participe aussi et peut-être d'abord de la transaction identitaire et de la qualification des objets, qui sont en jeu dans la création, la vente, et dans la reconnaissance auprès des pairs et du public, donc dans le renforcement d'une identité professionnelle[467] ». La satisfaction du travail accompli trouve ainsi ses raisons dans la validation des valeurs par les pairs, le public et les clients, laquelle dépasse l'ambition d'une rétribution monétaire : « L'une des sources de bonheur dans le travail tient aussi à la reconnaissance et à la validation de cette valeur par autrui, tant dans le regard des pairs que dans le jugement du public ou des clients[468] ». Le principe de hiérarchisation externe et interne décrit par Pierre Bourdieu (dans son traité sur le champ littéraire) reflète cette reconnaissance de la valeur par les agents internes et externes aux divers champs artistiques. En dépit de la difficulté de commercialiser le travail artistique, le principe de hiérarchisation externe est en vigueur dans les champs du pouvoir économique ou de notoriété sociale et se mesure à des indices de succès commercial (nombre de représentations, vente d'œuvres, tirage des livres) et de reconnaissance du grand public. Le principe de hiérarchisation interne correspond au degré de consécration spécifique des artistes

[467] Flora Bajard et Marc Perrenoud, « « Ça n'a pas de prix »: Diversité des modes de rétribution du travail des artisans d'art », *Sociétés contemporaines*, 2013, vol. 91, n° 3, p. 93.

[468] *Ibid.*

connus et reconnus de leurs pairs « et qui doivent, au moins négativement, leur prestige au fait qu'il ne concèdent rien à la demande du grand public[469] ». Ainsi que l'a démontré Anne Jourdain, l'échange direct entre l'acheteur et l'artisan est la plupart du temps une forme de certifier la qualité tout en mettant en avant l'éthique d'un marché[470]. Et c'est à travers le discours sur les processus liés à la technique, la matière et le monde social dans lesquels les objets se fabriquent et circulent que s'observe la consolidation d'un marché dont la stratégie de la communication à l'œuvre, tient beaucoup de la mise en scène de l'activité (et du « style de vie de l'artiste »). Reliée à cela, se trouve la qualité personnelle de la compétence relationnelle, laquelle relève d'un capital social et de dispositions sociales nécessaires pour l'épanouissement professionnel. La capacité à vendre son travail ne relève donc pas uniquement d'une aisance relationnelle ou d'un contact facile, ou d'aimer la transmission, mais « loin d'être le fruit d'un calcul intéressé, cette euphémisation de la vérité objective relève d'une croyance partagée dans le jeu social qui motive l'engagement dans (et l'attachement à) l'activité[471] ». Cet attachement aux valeurs de l'activité concerne également le style de vie et des manières d'être du créateur et non seulement la rétribution financière qu'elle signifie. C'est alors que les désavantages du travail artistique et artisanal comme la précarité financière, la forte fluctuation des prix, le déploiement de la force physique, la diversification de l'activité et de la production, se trouvent justifiés par un idéal d'autonomie caractéristique du modèle de travail fondé sur une culture technique et à caractère vocationnel. Le céramiste inscrit son activité dans une conception du travail émancipateur à travers le contrôle du cadre et du contenu, qui va du choix des gestes à l'autodéfinition des cadences, horaires, techniques, outils, etc. :

> « Le bonheur éprouvé par les céramistes par leur travail est largement tributaire de ce cadre organisationnel : la capacité à choisir et exécuter des gestes, "chercher son geste" soi — même, pour soi-même ("j'ai trouvé ma terre", "je suis bien dans cette technique"), et en changer, est un des éléments centraux dans la constitution d'une satisfaction au travail, et même d'un rapport positif à l'emploi. […] Cette dimension

[469] Pierre Bourdieu, « Le champ littéraire », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1991, vol. 89, n° 1, p. 7.

[470] Anne Jourdain, *Du coeur à l'ouvrage. Les artisans d'art en France*, Paris, Belin, 2014.

[471] F. Bajard et M. Perrenoud, « « Ça n'a pas de prix » », art cit, p. 16.

> performative de l'action sur le vécu du travail, et partant, sur une certaine forme de "qualité de l'emploi" se fait d'autant plus efficace que celle-ci fait l'objet d'une réactualisation quotidienne. Les possibilités de moduler et d'effectuer des choix (changement, adaptation et libre modification des rythmes et des techniques), aussi bien d'un point de vue artistique et créatif, que d'un point de vue ergonomique ou psychologique apparaît par exemple capitale : face aux difficultés physiques et à la douleur tout d'abord […], mais également face aux possibles moments de "routine" dans le rapport au travail[472] »

C'est dans un contexte de travail exigeant que la céramique sollicite une forte diversification de l'activité (proche de l'artiste pluriel[473]) marquée par la nécessité de démultiplier son activité en différents métiers connexes pour pouvoir vivre de son métier tout en appartenant au collectif. Il s'agit donc d'adapter sa création non seulement à la demande, mais à un style de vie en adéquation avec les valeurs, les idéologies partagées ainsi que la connaissance des techniques. Eliot Freidson rattache l'analyse des métiers artistiques à une relation au marché soumise par des contextes conditionnés par des rouages relativement complexes et instables et qui ne sont pas régis par aucune autorité culturelle ou sociale :

> « Certains ont la chance d'avoir une activité d'enseignement artistique, d'autres trouvent un travail rémunéré en rapport avec leur art, mais la plupart ne peuvent compter, pour assurer leurs moyens d'existence, sur ces occasions rares et doivent exercer divers travaux, dans des circonstances très différentes, souvent sans aucun rapport avec leur métier d'artiste. L'incertitude et l'irrégularité de ces travaux de subsistance sont telles qu'ils peuvent requérir beaucoup de temps, laissant ainsi pour les activités artistiques les seuls moments en dehors de l'horaire régulier de travail[474] »

---

[472] Flora Bajard, *Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être*, Thèse de doctorat (en cours de publication), Université de Lausanne, Institut des Sciences Sociales, s.l., 2014, p. 348.

[473] Marie-Christine Bureau, Marc Perrenoud et Roberta Shapiro, *L'artiste pluriel: démultiplier l'activité pour vivre de son art*, Villeneuve d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, 2009.

[474] Eliot Freidson, « Les professions artistiques comme défi à l'analyse sociologique », *Revue Française de Sociologie*, juillet 1986, vol. 27, n° 3, p. 438.

Ces conditions d'irrégularité et d'incertitude que s'exercent dans les métiers artistiques pèsent lourd à l'heure de la commercialiser son travail. Cependant, elles sont aussi des composantes incontournables dans la variabilité de formes de vie, et de la précarité au succès chez les pratiquants.

1.1 Le marché de la céramique à l'épreuve du marché de l'art

Dans sa distinction du champ de la production culturelle à partir des principes de hiérarchisation externe et interne par les différents degrés d'autonomie, Pierre Bourdieu faisait la distinction entre le « sous-champ de production restreinte, où les producteurs n'ont pour client que les autres producteurs, qui sont aussi leurs concurrents les plus directs, et le sous-champ de grand production, qui se trouve symboliquement exclu et discrédité[475] ». Cette logique affirme que le rapport des céramistes à l'économie renvoie surtout au sous-champ de production restreinte, de par leur autonomie et les relations commerciales limitées aux connaisseurs, que sont les pairs céramistes et les amateurs. D'autres analyses comme celle proposée par Raymonde Moulin permettent de contourner la dialectique de l'aliénation ou de l'émancipation de l'art à l'économie, tout en considérant la construction des valeurs artistiques ambivalentes, notamment des mondes artistiques face au contexte de la mondialisation et du numérique. La construction d'un marché spécifique de la céramique ou d'un sous-marché, suppose comme pour les autres champs artistiques, l'articulation de l'art et l'économie : « Dans le champ artistique s'opèrent et se révisent les évaluations esthétiques. Dans le marché se réalisent les transactions et s'élaborent les prix[476] ». La segmentation du marché de l'art contemporain est constitutive de « l'offre pléthorique et hétérogène » et place la frontière entre le marché de l'art figuratif traditionnel et celui de l'art contemporain et ses multiples mouvances[477]. Le premier (art figuratif) correspond à une catégorie routinisée et à un marché relativement homogène, large et stable. Le deuxième (art contemporain) est au contraire très diversifié et instable. Il s'agit d'un marché dynamique et fragmenté, subdivisé en de multiples sous-segments. Il est étroit et évolutif. Par ailleurs, le

[475] P. Bourdieu, « Le champ littéraire », art cit, p. 8.

[476] Raymonde Moulin, *Le marché de l'art: mondialisation et nouvelles technologies*, Paris, France, Flammarion, DL 2009, 2009, p. 13.

[477] *Ibid.*, p. 27.

caractère confus et conflictuel du label « contemporain » et toutes les catégories d'acteurs se trouvant dans une logique de concurrence (artistes, critiques, marchands, conservateurs, collectionneurs et publics amateurs) cultive une mécanique où se conjugue « la diffusion d'artistes consacrés avec la promotion d'artistes débutants, ou plus couramment appelés "émergents" [478] ». La question est de comprendre l'interdépendance de la céramique ou les distanciations avec le premier ou le deuxième groupe. S'agit-il d'un marché spécifique qui viendrait emprunter aux deux segments ? Peut-être pourrait-on postuler qu'il s'agit d'un marché spécifique de l'entre-deux, construit sur une forte diversité d'espaces où s'articulent les valeurs des deux marchés. Par exemple, la variabilité terminologique employée au sein des arts plastiques montre aussi bien que l'instabilité du deuxième segment (de l'art contemporain) s'applique au champ de la céramique : « face au pluralisme de la scène artistique, le terme d'« art actuel » est de plus en plus fréquemment substitué à celui d'« art contemporain[479] ». Si l'appellation de « céramique contemporaine » et de plus en plus mise en avant, elle est parfois substituée par d'autres telles que « céramique actuelle », « nouvelle céramique » ou encore « poterie contemporaine ». Le terme de « céramique d'art » qui a servi autrefois à distinguer la production industrielle et artisanale de la création artistique en céramique est aujourd'hui associé à l'état « d'entre-deux » (art et métier), mais encore loin de la « contemporanéité » aspirée au sein de certains segments du monde de la céramique. Outre la question terminologique, si l'on revient sur les différentes segmentations des marchés de l'art, il est possible d'apposer la céramique aux quatre marchés de l'art contemporain proposés par Bernard Rouget, Dominique-Sagot-Duveaureaux et Sylvie Pflieger[480].

- Marché des chromos : très concurrentiel ce marché se déploie sur une multiplicité de lieux de vente. Il répond à une demande décorative d'un public large, ne se positionne dans les mouvements de l'art contemporain, mais met en valeur une technique, leur spécialisation et leur filiation avec des courants anciens.

---

[478] *Ibid.*, p. 30.

[479] *Ibid.*

[480] France et al., *Le marché de l'art contemporain en France: prix et stratégies*, Paris, la Documentation française, 1991.

- Marché hors-légitimation : la recherche d'originalité fait que « l'artiste artisan s'éclipse au profit du créateur ». Ce marché est alimenté par des œuvres d'artistes n'ayant pas accédé à la légitimation (ou ayant été écartés).
- Marché de l'avant-garde médiatisée : groupe réduit d'artistes représentés par quelques galeries organisées en réseau et en lien avec un public de collectionneurs privés ou institutionnels, critiques d'art, entre autres. Marché volatil et spéculatif, ce marché a pour but de placer un nombre limité d'artistes dans l'histoire de l'art et la galerie comme principale instance de légitimation.
- Marché des œuvres consacrées : Niveau de reconnaissance qui permet au marché de s'auto entretenir. Ce marché mondial est composé par des produits stars et constituent des véritables monopoles. Les prix dépendent de la demande.

Face à cette répartition du marché de l'art, le marché de la céramique se reconnaît dans plusieurs de ces segments, mais se positionne surtout au sein des deux premiers. L'accession au troisième marché : le marché de l'avant-garde médiatisé, répond avant tout à un désir de reconnaissance en même temps qu'il s'identifie au marché chromos, par notamment la mise en valeur d'une technique. Cependant, malgré la situation instable et polarisée de la céramique contemporaine, son système de commercialisation n'est pas désarticulé des autres marchés plus ou moins consacrés. De ce fait, une grande pluralité de dispositifs socio-esthétiques inventés et investis par les céramistes pour la commercialisation des objets en réponse aux réalités d'ordre socioéconomique fluctuantes : « Le caractère de plus en plus poreux des mondes de « l'art » et du « travail » peuvent (…) conduire à considérer le travail à dimension artistique dans son sens le plus large, le travail « créatif », comme un objet sociologique en expansion constante[481] ». L'espace de la céramique met ainsi en lumière les « difficultés imposées par les injonctions paradoxales auxquelles sont soumis ceux et celles qui combinent les nécessités contradictoires de la singularité créative et des contraintes de la production efficace[482] ». À la question de la production s'ajoute donc les contraintes temporelles, spatiales, financières, débouchant parfois dans la création d'espaces intermédiaires comme des mondes de « subsistance artistique » : « La création des espaces gérés par les artistes semble ainsi

[481] Marc Perrenoud (ed.), *Travailler, produire, créer: entre l'art et le métier*, Paris, France, l'Harmattan, DL 2013, 2013, p. 6.

[482] *Ibid.*, p. 7.

résulter de la conjonction de deux facteurs : la difficulté de trouver des espaces d'exposition ou de stockage des œuvres, et le développement de nouvelles pratiques artistiques[483] ». Face aux réalités individuelles et une économie artistique formalisée par l'incertitude, la majorité de céramistes diversifie sa production tout comme les lieux de vente. Boutique ou petite galerie-atelier, marchés, galeries spécialisées… investir ces lieux est fortement déterminé par des caractéristiques sociodémographiques et professionnelles, par le type de création, mais surtout par le moment dans l'évolution de la carrière du céramiste et de sa notoriété.

2. Le marché potier et la transmission de l'identité collective

Si le travail artistique est au cœur de l'activité, celui-ci n'occupe pas la totalité du temps du céramiste. Comme pour la plupart d'artisans d'art et d'artistes, les céramistes doivent vendre leur production afin de pour pouvoir vivre de leur métier. Anne Jourdain relève que « contrairement au travail de fabrication qu'ils valorisent comme relevant du « vrai boulot », de nombreux artisans d'art considèrent l'activité de vente comme quelque chose de dégradant et d'humiliant[484] ». Cette conception provient selon elle d'un « déni de l'économique » qui fait écho aux valeurs du groupe professionnel des céramistes, caractérisés par Flora Bajard par le refus des modes de vie généralisés et des modes de fonctionnement du monde capitaliste, dépositaire « d'une vérité critique sur le monde social[485] » et le capitalisme marchand. Comme l'avance Pierre-Michel Menger dans son portrait de l'artiste en travailleur, de nombreux philosophes tels qu'Adorno ont contribué à considérer le monde artistique comme « un univers d'exception situé en marge du jeu économique quand il s'agit des formes les plus pures de création, et assujetti au marché dès que s'y infiltrent les mécanismes de la valorisation commerciale, au prix d'une dégradation des idéaux constitutifs[486] ». Cependant, ce marché est loin d'être un système idéologique fermé

[483] Nathalie Moureau, « Quand les artistes s'exposent... », *Mouvements*, 1 novembre 2001, vol. no17, n° 4, p. 73-77.

[484] A. Jourdain, *Du coeur à l'ouvrage. Les artisans d'art en France*, *op. cit.*, p. 181.

[485] Pierre-Michel Menger, *Portrait de l'artiste en travailleur: métamorphoses du capitalisme*, Paris, France, Seuil, DL 2002, 2002, p. 17.

[486] P.-M. Menger, *Portrait de l'artiste en travailleur*, *op. cit.*

notamment au vu de ses innovations. Pour Menger, l'art est au contraire, un réservoir de valeurs, de connaissances, de préceptes, de recettes, d'outils transférables, ou opposables à l'ensemble de sphères que le composent et en lui se conjugue les orientations les plus contradictoires. Ainsi, en dépit de cette contestation de la valeur financière, de la valeur spéculative de l'art et de la concurrence, les céramistes assurent eux-mêmes la vente de leur création. Cette caractéristique répond principalement à deux réalités économiques : la première concerne la portée très limitée des galeries de céramique et la deuxième, la demande d'une clientèle d'amateurs aux moyens réduits. Nanny Champy, céramiste et membre du comité d'organisation des Journées de la céramique de Saint Sulpice considère que les céramistes se sont constitué eux-mêmes leurs propres réseaux de vente en réponse à la faiblesse du milieu des galeries :

> « Je pense que le problème c'est qu'il n'y a pas assez de galeries, pas assez de lieux de vente. La céramique ne génère pas assez d'argent pour que ça vaille le coup d'ouvrir une galerie. Quand elles ouvrent ensuite elles ferment. Quand un objet coûte 200 ou 500 euros, pour une galerie qui prend la moitié, ça ne génère pas assez d'argent pour vivre. Donc les céramistes se sont pris en charge depuis très longtemps pour vendre dans des marchés d'une manière directe. Je pense que c'est parce que il n'y a pas assez de galeries qui s'engagent. Je suis super contente, j'aurai une exposition à l'automne. Pour moi c'est très stimulant et suis très contente. Mais pour vivre, ça ne me suffit pas[487] »

De l'autre côté se trouvent les acheteurs, demandeurs, selon elle, de la rencontre avec l'artiste. Selon les dires de la céramiste, le lien social offre au client la possibilité d'entrer en contact avec l'humain en même temps qu'avec la culture céramique et ses valeurs :

> « Je pense que les gens aiment rencontrer l'artiste. Plein de gens ne veulent plus aller en galerie. Parce qu'en galerie ils ont affaire à une personne intermédiaire. Alors qu'ici ils sont en contact avec l'origine de l'œuvre. Je suis là tous les ans. Ça nous relie à l'humain. Dans notre monde il n'y a presque plus de choses qu'on peut acheter

[487] Propos issus de l'entretien avec Nanny Champy, céramiste et organisatrice des Journées de la céramique Saint Sulpice - Enquête de terrain 2015

> qui est liées à une personne. Parce qu'il y a quelque chose que nous on sait transmettre : cette joie de vivre, ce bonheur de faire ce qu'on fait, ce qu'on aime… ce partage. Et les gens sont presque en manque de ça. Ils en demandent. Ça leur donne quelque chose qu'on ne trouve presque plus. Parfois, quand je laisse ma fille, mes stagiaires, les gens ne veulent pas acheter. Ils attendent que je sois là[488] »

C'est alors que l'apprentissage de techniques de vente devient de fait une partie intégrante du métier. L'engagement individuel que le travail artistique exige aux travailleurs contractuels que sont les artistes se trouve renforcé par le devoir d'invention des mécanismes de socialisation du risque créateur[489] : allant de la vente des pièces à la demande de subventions, la recherche des dispositions juridiques et assurantielles, le développement d'emplois abris comme l'enseignement artistique. Cela va dans le sens du cumul d'activités de l'artiste en travailleur pour pouvoir vivre de son art, à la multiplication de compétences à vocation créatrice de l'artiste pluriel[490]. Pour la plupart de céramistes d'art, cet apprentissage se fait d'abord par « tâtonnement », mais débouche ensuite sur un engagement organisationnel des espaces de vente et de diffusion[491]. En exprimant les difficultés liées à la multiplicité de tâches cumulées, ainsi que la nature « amateur » que certaines impliquent, Nanny Champy considère que l'investissement est nécessaire puisqu'il permet de transmettre la passion du métier au public :

> « Nous, on fait tout avec nos petits bras. Je rentre de l'atelier à 8h du soir, ensuite jusqu'à une heure du matin je suis devant l'ordinateur à faire ce qu'il faut que je fasse pour ici. La communication elle est faite d'une façon amateur quelque part. On fait comme on peut. Mais on arrive quand même à transmettre beaucoup parce que c'est notre passion qui se transmet aux gens. Les gens ressentent cette chaleur partagée entre nous. C'est pas qu'on est tous amis spécialement, j'ai jamais été chez elle, mais

---

[488] *Ibid.*

[489] P.-M. Menger, *Portrait de l'artiste en travailleur*, *op. cit.*, p. 25.

[490] M.-C. Bureau, M. Perrenoud et R. Shapiro, *L'artiste pluriel*, *op. cit.*

[491] A. Jourdain, *Du coeur à l'ouvrage. Les artisans d'art en France*, *op. cit.*

quand on se voit, on est réellement heureux de se retrouver. Ce bonheur-là, je pense, se transmet au public[492] »

Si l'essentiel de l'enjeu professionnel est de « parvenir à vendre des œuvres à des particuliers et occasionnellement à des collectivités ou à des institutions, l'enjeu pour ces artistes est donc de développer le nombre des clients, ce qui les conduit à se rapprocher des galeries qui, bien que peu nombreuses en province, reste un des meilleurs moyens pour espérer vendre son travail[493] ». En exposant au sein d'un marché potier, le céramiste augmente les possibilités d'être repéré par un galeriste, collectionneur ou tout autre intermédiaire artistique. Le marché potier ou marché de céramique, demeure ainsi la principale instance de commercialisation du travail des céramistes d'art. Dans ce principe économique se trouve également explicité l'engament des acteurs pour la reconnaissance de la qualité artistique, des valeurs et de l'effort du milieu à un moment ou à un autre de sa carrière. L'institutionnalisation de certains de ces espaces de diffusion peut se contempler tantôt en conséquence de l'artification de la céramique, tantôt en opérateur de celle-ci. En plus d'être un lieu de vente, celui-ci s'offre comme un espace-temps favorable à la socialisation entre créateurs, à la diversification des savoirs techniques et esthétiques et au renforcement de l'identité professionnelle. Ces espaces ont émergé, par l'action des céramistes, et beaucoup d'entre eux ont été ensuite développés grâce à une sorte de réappropriation par d'autres acteurs. Le premier marché potier a eu lieu en 1976 à Bussières-Badil, par un étudiant de l'École des Arts décoratifs de Strasbourg. Le marché serait né comme un projet personnel « à l'initiative d'un élève des arts déco de Strasbourg ayant invité ses « copains de promo » à venir exposer dans son village[494] ». Flora Bajard décrit cette manifestation comme une invention des céramistes pour pouvoir montrer et vendre leurs productions se constituant en même temps comme l'occasion de « se rencontrer et discuter des problèmes techniques à une époque où les supports écrits formalisant les techniques du métier, étaient encore

[492] Propos issus de l'entretien avec Nanny Champy, céramiste et organisatrice des Journées de la céramique Saint Sulpice - Enquête de terrain 2015

[493] M.-C. Bureau, M. Perrenoud et R. Shapiro, *L'artiste pluriel*, *op. cit.*, p. 51.

[494] F. Bajard, *Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être*, *op. cit.*, p. 414.

rares, et retrouver des créateurs partageant les mêmes aspirations[495] ». En effet, le marché potier devient peu à peu un « lieu de vente et d'opportunités commerciales tout comme le lieu où s'échangent les formules, les découvertes, les bons plans, une vision du métier, et ils s'instituent aussi comme un lieu d'amicalité pour les céramistes[496] » et ayant travaillé seuls dans leur atelier pendant des longues périodes avant de pouvoir confronter leurs productions aux yeux des curieux, clients potentiels, mais aussi des collègues céramistes. De nos jours, de nombreux marchés ont lieu pendant la période estivale ainsi que pendant les fêtes de fin d'année. Le « Guide des céramistes », publié par la Revue de la Céramique et du Verre consacre une section aux marchés potiers. Classés par région, le guide comptabilise cent quarante-trois marchés sur le territoire français. Si bien les marchés potiers constituent un lieu de confrontation de la production, ils se structurent à partir d'objectifs, motivations et pratiques hétérogènes ; taille, contenu et modalités, différant largement. Du marché « Argilla » à Aubagne[497], à la foire des Tupiniers du Vieux Lyon[498] ; la reconnaissance du marché dépend de nombreux facteurs comme de la rigueur dans la sélection des exposants, l'organisation spatiale, — souvent en centre-ville —, et la détermination des catégories de production telles que utilitaire, sculpture, bijoux, et parfois agencées à partir des techniques.

Argilla, un marché potier mixte et grand public

« Argilla », un marché biennal de céramique ayant lieu dans le mois d'août à Aubagne s'annonce comme « le grand marché européen de la céramique ». Ce marché intègre par son discours un vaste projet au-delà de l'échelle locale et aspire à dépasser sa vocation principalement commerciale. En effet, Argilla, comme de nombreux autres marchés apportent à la construction d'une image locale portée sur la diffusion culturelle et ne sont pas ou plus cantonnés à la commercialisation d'objets en céramique. Les marchés deviennent des espaces de valorisation des villes, tant du

[495] *Ibid.*

[496] *Ibid.*

[497] Argilla est un des plus grands marchés de céramique en France. Il fait partie du réseau de marchés potiers en Europe : Argilla, Faenza en Italie, la « Fira del Cantir », Argentona, Espagne.

[498] La foire des Tupiniers du Vieux Lyon est un marché fondé par un céramiste nommé Bernard Birot et a pour vocation de présenter l'évolution céramique à partir du segment de pièces exclusivement utilitaires.

point de vue économique que touristique et politique, de la pratique et de son identité de métier. Le dossier de candidature[499] pour participer à l'édition 2015, à destination des céramistes, renseigne sur certaines valeurs et conceptions fixées par l'organisation, ainsi que sur l'« esprit » de la manifestation et les critères d'évaluation de la qualité. Le dossier se constitue de quatre principaux segments (Annexe N° 7 : Dossier de candidature Marché de céramique Argilla, Aubagne 2015) :

> 1. Le premier segment correspond au texte de présentation du marché. Cinq critères de valorisation caractérisent « l'esprit » du marché : (1) il s'agit d'abord de témoigner de l'envergure de la manifestation en mettant en avant l'internationalisation du marché à travers la notion de partenariat international et la présence d'un pays invité d'honneur : « Les liens développés avec la manifestation sœur d'Argilla Aubagne, Argilla Italia (née en 2006 de la duplication de notre évènement dans la ville de Faenza) font que tout naturellement cet invité sera l'Italie[500] ». (2) On retrouve également la notion de qualité, mise en avant à travers l'idée de l'évolution historique et d'une trajectoire considérée comme légitimatrice : « Depuis 24 ans, l'événement s'est bonifié, entrant progressivement dans les « incontournables, pour qui s'intéresse de près ou de loin à la céramique ». (3) Le nombre d'exposants et de visiteurs constitue également un indicateur de la qualité : « La dernière édition avec ses 190 exposants, ses 100 000 visiteurs et un chiffre d'affaire toujours en hausse, témoigne de l'envergure et du dynamisme de la manifestation ». (4) La « qualité de la production et de la présentation des stands » sont communiquées comme le gage de la sélectivité, voire de l'exclusivité. (5) Enfin, « l'offre culturelle et d'animations autour du marché » est mise en avant dans le texte de présentation. Il s'agit d'un programme spécifique proposé en complément du marché.

Sur ce dernier point, les enjeux de la programmation de plus en plus transverse de ces manifestations impliquent deux principes : l'introduction de dispositifs de médiation culturelle et d'actions d'animation socioculturelle.

---

[499] . Il est envoyé aux personnes ayant participé aux éditions précédentes ainsi qu'à ceux qui en font la demande par voie téléphonique ou postale. La candidature pour l'édition 2017 a été principalement diffusée par les réseaux sociaux et se faisait via un formulaire online.

[500] Dossier de Candidature Argilla Aubagne 2015 – (Annexe)

> 2. Dans le deuxième segment du dossier sont demandés les informations sur le céramiste et/ou l'atelier (nom, coordonnées) et l'adresse du site web (aujourd'hui cela remplace le dossier d'artiste physique, aussi connu sous le nom de *book*, comportant un texte de présentation [*statement*], des images et divers textes permettant d'avoir un aperçu de l'univers de création).

Pour pouvoir participer dans un tel marché, le comité de sélection contemple la portée médiatique de l'exposant, évalué à partir de son travail de communication. Ainsi, la conception de supports de communication relève d'une activité dont les céramistes doivent s'acquitter et dont nombreux sont réticents. Par exemple Marc, un céramiste nous confiait qu'il n'aime pas s'occuper de ces questions pour lesquels il considère ne pas avoir acquis les compétences nécessaires et pouvant aller jusqu'à nuire son travail créatif :

> « C'est vous qui avec fait votre site web ? M : non, c'est le fils d'un ami. Je ne sais pas faire. Mais tu sais, il y a ceux qui passent 80 % de leur temps à se construire une belle image, à faire leur marketing et le reste du temps seulement à travailler la terre… pour moi c'est l'inverse. Et ce 20 % m'emmerde[501]… »

Le temps consacré au « marketing » est perçu comme une perte de temps, mais inévitable. Peu d'entre les céramistes d'art ont recours aux professionnels de la communication, pour des raisons budgétaires, contrairement aux artistes bénéficiant d'une plus grande notoriété (et pour beaucoup ne participant pas ou plus dans des marchés de céramique), pouvant se forger une image plus exigeante et « professionnelle ».

> 3. Le troisième segment concerne les informations sur les objets (catégorie, matériau, technique) pour lequel, le dossier ne demande que trois images : une pièce, l'ensemble de pièces et une dernière du stand.

L'évaluation de la qualité du travail artistique implique des critères des plus esthétiques (techniques [homogénéité], présentation du stand), aux critères de la

[501] Propos de Marc, céramiste. Enquête de terrain 2014

notoriété (temps d'existence de l'atelier, CV du céramiste, trajectoire).

> 4. Le quatrième segment est l'acceptation du règlement interne et de la contribution financière en cas d'acceptation (150 euros pour 6 mètres linéaires)

Ce marché s'invente ainsi comme un espace économique articulé à l'aspect socio-esthétique. La commission d'évaluation est constituée principalement par de céramistes professionnels, mais on voit de plus en plus de collectionneurs, professionnels du monde institutionnel et du marché de l'art, ainsi que de chercheurs spécialistes dans le domaine (pour certains, on retrouve de plus en plus de professionnels du monde de l'art contemporain). Les processus de sélection varient fortement d'un marché à un autre. Leur exigence dépend des logiques affichées, mais aussi du réseau social dans lequel on est connu et auquel on peut avoir recours. D'un côté, la qualité de sélection, l'organisation spatiale, la communication, la médiatisation et les activités connexes ; constituent des éléments supposés attirer une clientèle d'amateurs (et potentiels amateurs) la plus diversifiée possible, mais néanmoins la plus propice aux transactions commerciales. Également, selon les moyens et les stratégies déployées, il doit permettre de garder une cohérence en termes de la production présentée afin que les céramistes ne se trouvent pas en désaccord avec leur propre ligne de marché, mais aussi, et surtout avec la demande, ce qui implique qu'il n'y aurait pas toujours une prise de risque associée à l'innovation. Ce fait est surtout une caractéristique, si l'on reprend Raymonde Moulin, des galeries consacrées à la figuration traditionnelle : « Le choix des artistes est effectué en fonction des attentes et des moyens d'achat de la clientèle[502] ». Ainsi, les critères de jugement esthétique sont corrélés selon Moulin, à une « appréciation de l'œuvre du travail et du métier dont elle est l'aboutissement »[503], l'expression de ce qu'elle nomme « le goût majoritaire ». Effectivement, ces marchés peuvent se développer comme la promesse d'une démocratisation de la céramique, comme le moyen de former de nouveaux publics et de lutter aussi contre les stéréotypes. Nanny Champy,

[502] R. Moulin, *Le marché de l'art*, *op. cit.*, p. 29.

[503] *Ibid.*

décrit bien la diversité de publics se croisant au sein des Journées de la céramique de Saint Sulpice :

> « Il y a de tout vraiment. Des amateurs, des collectionneurs venant maintenant de vraiment très loin… de Suisse, Allemagne, Pays-Bas, parce que c'est devenu en 18 ans une manifestation que les gens ont envie de voir. Il y a aussi un public hasardeux. C'est un quartier très chic, et beaucoup de gens qui ont de l'argent et qui se promènent… on a déjà eu des acteurs. Ils peuvent découvrir la céramique alors qu'ils ne seraient jamais allés dans une galerie[504] »

Les marchés de céramique offriraient à un public exogène au milieu, la possibilité de découvrir la céramique d'art par le hasard d'une promenade, faisant évoluer pour beaucoup les représentations liées à la discipline :

> « Le nombre de gens qui me disent : Je ne savais même pas que ça existait ! Parfois ils sont tellement émus face à la beauté des choses et ils se demandent : comment ça s'est fait que j'ai jamais rencontré de la céramique[505] ! »

Le marché potier est en effet à la base d'un phénomène de popularisation de la céramique. Cependant, il règne un sentiment de désenchantement concernant les directions que ces espaces ont pris avec le temps. Un céramiste français que nous avons rencontré lors qu'il démarrait une résidence artistique dans le village potier de Fupping, en Chine, nous confiait :

> « Quand les céramistes sont descendus à la rue parce qu'ils n'arrivaient pas à vendre leurs pièces dans les galeries d'art on a eu l'impression que l'art sortait dans la rue. On croyait que ça allait créer une proximité avec les gens et qu'ils allaient comprendre l'importance de tout ça… ça a fonctionné pendant un moment, mais là on

[504] Propos issus de l'entretien avec Nanny Champy, céramiste et organisatrice des Journées de la céramique Saint Sulpice - Enquête de terrain 2015

[505] *Ibid.*

> sait que ce n'est plus en accord avec un tas de choses. En fait, c'est assez décevant comment ça a évolué. Moi, je ne participe plus qu'à quelques marchés[506] »

L'impression d'avoir crée un dispositif nouveau et original, mais dont la portée n'a pas été l'espérée a apporté au sentiment de déception. Ce sentiment n'est pas uniquement à relier aux retours financiers considérés trop faibles par rapport au travail et le temps investis, mais aux évolutions de la société dans ses habitudes de consommation et au constat de la méconnaissance du public vis-à-vis de leur travail :

> « Soit on te pose la question : est-ce du raku ? Et là on se demande pourquoi ils veulent toujours parler technique, soit ils te disent : c'est de la résine ? Et là on se dit : mon Dieu[507] ! »

Néanmoins les discours émis par les céramistes sur leurs productions lors de ces marchés sont fréquemment teintés par la rhétorique de la valeur technique :

> « Cette pièce est une "cristallisation" sur porcelaine, elle a été cuite à 1280°. C'est une technique vraiment complexe et capricieuse… mais infinie. En fait, dans mon travail la technique accompagne l'objet et non l'inverse[508] »

Cette explication a été prononcée par Stéphan, un céramiste présent au marché de céramique, Argilla, Aubagne, en 2013. En écho avec les propos du céramiste, Marie et Michel, un couple de collectionneurs, expriment leur attachement à la dimension technique de la céramique :

---

[506] Propos d'un céramiste français rencontré à Fupping, Chine en septembre 2013, alors qu'il réalisait une résidence au sein du « Village mondial de la céramique, Fupping » en même temps qu'il se tenait la conférence internationale de revues sur la céramique, ICMEA.

[507] Enquête de terrain 2014

[508] Propos prononcés par un céramiste exposant au marché de céramique Argilla, Aubagne en 2013. Enquête de terrain 2013.

> « La technique c'est ce qui nous intéresse. C'est d'ailleurs pour ça qu'on assiste aux cuissons, on visite les ateliers… quand on va dans les galeries parfois on se dit : mais pourquoi vous n'expliquez pas aux gens comment s'est fait ? Quand on pense à Girel par exemple, son truc là passe 7 ou 8 fois au four… ça veut dire qu'il y a du temps, une connaissance folle, il y a du gaz et un tas de trucs que justifient les prix des choses (…) Il faut leur expliquer… dites aux gens comment s'est fait[509] ! »

Au sein du système de médiation, c'est la technique qui est invoquée pour décrire et évaluer les objets, même si, comme Stephan, certains préfèrent la considérer comme secondaire. La prévalence de la notion de technique dans les discours entourant les objets et les pratiques de la céramique renvoie à la construction d'un secteur artistique ancré dans l'ambivalence entre « l'art et le métier », mais dont se détachent de plus en plus de nouvelles conceptions[510]. Pour certains, la technique peut se constituer en tant que refuge « rassurant » pour les céramistes ainsi que pour les publics. Cette raison les pousse à essayer de s'en détacher progressivement :

> « Moi j'aime pas du tout. Je dis aux gens, c'est de la porcelaine, c'est du raku et ça s'arrête là. Est-ce que ça vous évoque quelque chose que ce soit cuit à 1200°, c'est quand même sans importance. Ce n'est pas ça qui fait la qualité de l'œuvre. […] Les potiers se cachent parfois derrière ça. On est très attaché à ça, mais je pense que ça nous joue des tours. C'est-à-dire qu'on ferait mieux de ne pas trop parler de la technique. Parce que ça coupe l'émotion. Et c'est l'émotion que j'ai envie de transmettre. Comment s'est fait c'est pas tellement important[511] »

La transmission des procédés techniques reste toutefois l'un des fers de lance dans les situations de communication que sont les marchés potiers ou le expositions. Cette considération technique est présente au sein des dispositifs de médiation par la mise en scène des processus de création. Le décalage entre l'aspiration à une distanciation de la technique et l'objet d'art et la réalité résulte d'une double demande : d'une part

[509] Extrait de l'entretien avec Michelle et Xavier, collectionneurs. Enquête de terrain 2015

[510] Elisa Ullauri Lloré, « Présentations et représentations des nouvelles esthétiques de la céramique », *Techniques & Culture*, 30 mai 2016, n° 64, p. 230‑233.

[511] Extrait de l'entretien avec Nanny Champy. Enquête de terrain, 2015. Op. cit.

le public et de l'autre, le céramiste qui tente, à travers la dimension technique, de justifier ses prix et attribuer une valeur supérieure à l'objet :

> « L'année dernière le thème était le geste céramique. On a fait des photos de ces gestes… mais c'est pas la technique le geste. C'est plus artistique, il est précis. On a fait ces photos, et autant les mettre maintenant qu'on les a et ça apporte un regard supplémentaire. Et parce que le public demande un peu. Je pense que le public est pareil que les potiers. Il se cache derrière la technique. Il ne sait pas quoi dire, ils ont toujours peur de dire une connerie. Et donc posent une question technique. Comment c'est cuit ? à combien ? C'est de la réduction[512] ? »

C'est ainsi que le système communicationnel au sein de ces marchés passe par l'explication processuelle, mais aussi par la démonstration du geste artistique. Ces espaces sont complexes dans leur fonctionnement puisque, outre leur vocation de commercialisation, certains deviennent l'outil de construction de la notoriété, mais aussi de déconstruction de celle-ci (désnotoriété, dépréciation). La valeur sociale, esthétique et technique de la création et par extension du créateur se fait en deux temps : le premier concerne l'entrée (et l'évolution de la participation) aux petits marchés aux marchés reconnus et plus difficiles d'accès) et le deuxième la sortie. En effet, exposer au marché potier d'une petite ville comme celle de Chorges dans les Hautes-Alpes, dont le nombre d'exposants varie de trente à quarante, selon l'année, n'a pas les mêmes effets sur la notoriété que la participation au marché de céramique Argilla, à Aubagne, ou plus encore aux Journées de la Céramique de Saint Sulpice : « Si bien, accéder pour la première fois à un marché de céramique, bien travailler et se faire connaître en début de carrière peut s'avérer intéressant, le fait de perdurer au sein de ces espaces peut avoir un effet négatif sur la construction de son image[513] ». Certains marchés ont acquis une notoriété certaine comme les Journées de la céramique de Saint Sulpice à Paris, Terralha à Saint Quentin-la-poterie, le Printemps des potiers à Bandol, le marché de Giroussens, entre autres. Ils opèrent une sélection plus ou moins exigeante des exposants, et misent sur le renouvellement de ces

[512] *Ibid.*

[513] F. Bajard, *Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être*, *op. cit.*

derniers. Les échelles de valeur de ces marchés tendent néanmoins à varier et comme l'expose Flora Bajard, certains vont jusqu'à acquérir l'étiquette de « bon marché » et avoir une valeur similaire à celle d'une galerie : « Ces bons marchés sont, contrairement aux représentations premières du marché artisanal de village, des lieux consacrés au sein de cet espace professionnel, pas moins valorisés que certaines zones d'expositions caractéristiques des mondes de l'art que sont par exemple les galeries[514] ». Cependant, si bien la participation une année à Argilla, Aubagne n'est pas incompatible avec l'exposition au sein d'une galerie parisienne, la participation fréquente dans le circuit des marchés induit une appartenance au milieu céramique rendant l'accès aux espaces de l'art contemporain plus difficile. Pour Frédéric Bodet, cette difficulté résulte de l'autonomisation, voire de l'automarginalisation des céramistes ainsi que de la forte diversification des lieux où ils exposent et vendent. Pour lui, leur forte présence au sein des réseaux de circulation des biens artistiques de différente nature vient nuire à la construction de la cote, et ne permet pas d'établir un rapport d'exclusivité avec les galeries :

> « Il y a une espèce de conflit entre le fait que ces céramistes se débrouillent seuls. Qu'ils vendent à leurs proches. Et que justement les galeries n'arrivent pas à constituer un marché stable et exclusif, un rapport exclusif, à conserver un artiste de manière exclusive pendant un certain nombre d'années afin d'établir une cote. […] Et de là le fait que ces céramistes ne sont dans des galeries, mais exposent aussi dans des foires, des salons plus au moins brillants. On les voit trop. Et ils sont obligés de vivre de leur production, mais ils ne sont pas assez rares[515] »

Le manque de « rareté » étant une valeur dans l'art et un critère d'ascension vers des marchés à plus forte notoriété, constitue alors une des difficultés du milieu à s'extraire de son état marginal et précaire. Le principe de rareté en art, développé par Raymonde Moulin, répond à diverses stratégies et modalités socio-économiques mises en œuvre par les acteurs institutionnels et des marchés de l'art lesquelles « conjuguent la

[514] *Ibid.*, p. 416.

[515] Propos issus de l'entretien avec Frédéric Bodet, collectionneur et conservateur de musée - Enquête de terrain 2014

manipulation des indices de légitimité de la rareté[516] » et déterminent une sorte d'idéologie artistique de l'unique. Des espaces intermédiaires comme les Journées de la céramique de Saint Sulpice fonctionnent beaucoup moins sur la base d'une procédure ouverte à la candidature que les marchés potiers comme celui d'Aubagne. Ils tendent à raréfier l'accès un peu plus que d'autres marchés, à travers la sélection. En effet, ces « Journées de la céramique » intègrent un processus sélectif proche des biennales, c'est-à-dire que ses modalités sont davantage basées sur le prestige et l'intérêt des artistes pour la manifestation. L'accès se fait soit par parrainage, soit par invitation. La sélection répond à une thématique fonctionnant comme fil conducteur, mais servant aussi comme point de départ de la diversification :

> « C'est très varié. On est onze (comité de sélection). On essaie de trouver des choses qui sont très différentes. Cette année la thématique est la sculpture figurative et il y a quand même plus de sculpture figurative, mais il y a aussi de la vaisselle, du grès, de la porcelaine, des choses brutes… tous les courants de la céramique sont représentés. Et quand on choisit, on va dire « ça on n'a pas beaucoup cette année, ça on n'a pas du tout cette année. On va prendre cette personne » On vise un panel le plus large possible pour que chaque personne qui passe puisse trouver quelque chose qui lui plaît[517] »

Le parrainage favorise la sélectivité ? Si dans les marchés potiers, le nombre d'exposants peut fonctionner comme un indicateur de la qualité, le nombre réduit (ainsi que leur internationalisation, notoriété) agit en marqueur de l'exclusivité. Les échelles de légitimité entre les marchés impliquent une relation entre la « qualité des exposants » et la « qualité des publics » présents :

> « C'est vrai qu'on a un public assez cultivé, venant de lieux lointains, et très différent de celui d'autres marchés de poterie. C'est pas prétentieux, mais c'est quand même un public assez cultivé et qui pose pas des questions : à quoi ça sert ? ça s'est fait

[516] Raymonde Moulin, « La genèse de la rareté artistique », *Ethnologie française*, 1978, vol. 8, n° 2/3, p. 241.

[517] Propos issus de l'entretien avec Nanny Champy, céramiste et organisatrice des Journées de la céramique Saint Sulpice - Enquête de terrain 2015

avec de la lave ? Où vous faites ça dans votre four de cuisine ? Ici c'est un public beaucoup plus esthète, à la recherche de l'objet exceptionnel. C'est très agréable. Les gens le disent souvent. Les exposants le disent aussi : qu'est ce que c'est agréable de ne pas avoir ces questions à la con[518] »

Théo, un collectionneur relevait dans la diversité de la production présentée, un indicateur de comparaison entre deux niveaux de marchés :

« C'est vrai qu'à Saint Sulpice, il y a un comité de sélection qui met un certain niveau de qualité. Donc quelqu'un qui a une exigence, qui veut créer une cote, peut très bien débuter là, sans dénoter. Quand vous exposez à Argilla à Aubagne, là il y a vraiment de tout, du très mauvais à des choses très bien... […] J'ai été à Argilla deux fois, et c'est la vraie foire ! C'est gigantesque[519] ! »

La diversité d'exposants implique bien entendu une diversité de niveaux de qualité et donc des prix. La forte variabilité des prix des objets exposés — et surtout leur infériorité en comparaison avec les marchés d'art contemporain — constitue une des caractéristiques de cette économie artistique parallèle, perçue comme plus accessible.

« Dans les marchés potiers, la fourchette de prix est très large. Ça dépend d'où on va. Souvent je me suis vu visiter des marchés de céramique avec des amis qui ne sont pas collectionneurs, parce qu'on était ensemble. C'était une promenade où effectivement ils ont acheté spontanément un truc, ça peut être un truc utilitaire… parce qu'ils étaient là, ils étaient de bonne humeur, ça leur a plu et c'était tout à fait payable. Vous allez dans un marché d'art contemporain, vous avec peu de chances d'être dans l'impulsion : ah ! Tiens ! J'ai juste ce qu'il faut dans la poche[520] ! »

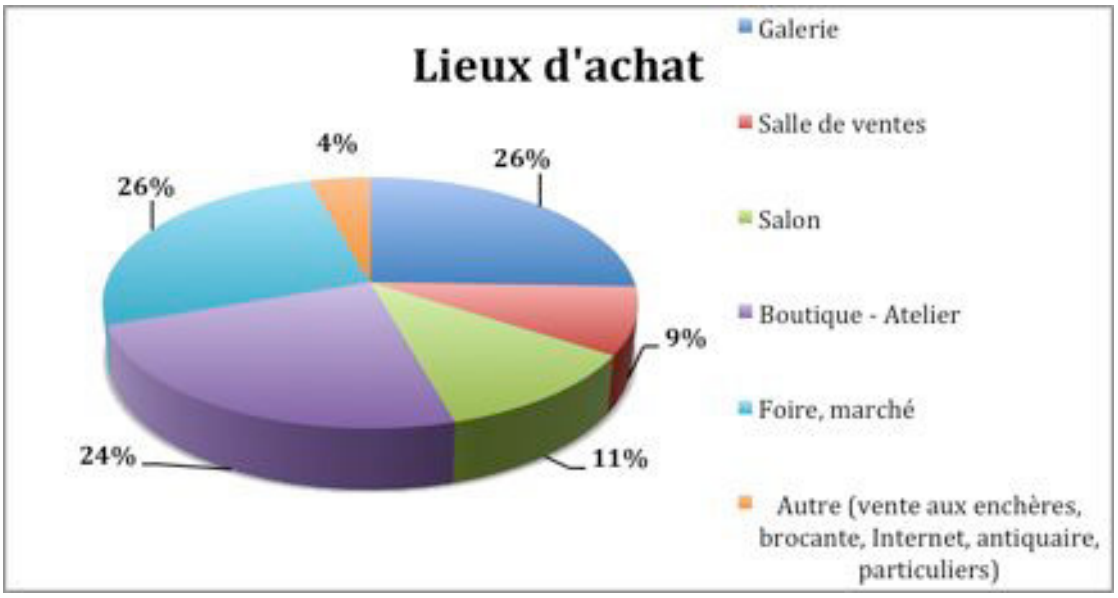
[518] Propos issus de l'entretien avec Nanny Champy, céramiste et organisatrice des Journées de la céramique Saint Sulpice - Enquête de terrain 2015

[519] Extrait de l'entretien avec Théo, collectionneur. Enquête de terrain 2014

[520] *Ibid.*

2.1 De l'atelier à la diversification : assumer son ambivalence

Les marchés de céramique d'art en France se sont instaurés autant en piliers du circuit de commercialisation qu'en lieux collectifs de diffusion de l'« esprit » du métier. Mais pour les céramistes, comme pour les peintres, graveurs, sculpteurs, et autres métiers artistiques, l'instabilité financière pousse les individus à s'inventer d'espaces de vente individuels en dehors du collectif. Pour certains céramistes d'art, la vente directe en dehors du marché potier peut s'effectuer au sein de l'atelier. Anne Jourdain rapporte que 81 % des répondants (les artisans d'art) déclarent vendre leurs pièces ou prendre des commandes dans leur atelier. Ce chiffre compte aussi bien l'atelier-boutique que la vente ponctuelle dans l'atelier ponctuellement ou lors de journées portes ouvertes par exemple. Ce résultat a été corroboré par notre enquête. En effet, la question posée était : quels sont les lieux où vous achetez vos pièces ? (Galerie privée, salle de ventes, salon, atelier, foires/marchés, autres — plusieurs réponses étaient possibles). Sur un total de 64 collectionneurs, on note que les lieux d'achat des pièces se partagent entre les marchés et les foires, l'atelier et les galeries privées[521].



Graphique : Lieux d'achat - Questionnaire, membres du club de collectionneurs (66 Personnes) Enquête 2014

[521] Afin de palier à ce qu'il peut être considéré comme l'une des limites méthodologiques de notre questionnaire, l'étude s'appuie sur les résultats issus des entretiens venues valider ces réponses, permettant d'approfondir les singularités et sous-catégories de chaque espace de commercialisation que composent le marché spécifique de la céramique.

Si la part de l'atelier dans le marché n'est pas négligeable, ce n'est pas uniquement de l'atelier dans le sens strict du terme qu'il s'agit, mais d'un lieu aménagé pour mettre en valeur les objets dans un espace souvent mitoyen de l'atelier et du domicile (aussi nommé galerie ou boutique) :

> « Cet ensemble continu, entre espace de vente et domicile, participe d'une mise en situation, puisque les abords du lieu sont décorés avec leur propre production (pots de jardin remplis de fleurs, nichoir à oiseau suspendu à l'arbre[522]) »

Ces lieux mettent en scène non seulement l'objet, mais l'univers auquel ils appartiennent. Au cœur même de la création, ils tentent de valoriser l'objet à travers une intentionnalité *expographique*. Les pièces sont exposées sur des modules proches de ceux que l'on trouve les galeries et les musées. Ces boutiques individuelles se façonnent à partir d'une forte variation dans l'exigence de la présentation des objets :

> « Certains céramistes aménagent leur salle d'exposition « façon galerie », avec cubes et présentoirs blancs, spots lumineux, fiche plastifiée avec liste des pièces et des prix. D'autres ont à l'inverse construit des étagères en bois sur lesquelles sont exposées des pièces en rang d'oignons et de façon resserrée, la profusion étant souvent inversement proportionnelle au prix de chaque pièce[523] »

La mise en scène des objets façon « galerie d'art » a pour but de mettre en valeur la création tout en édifiant une passerelle avec les modes expographiques de l'art contemporain. Ce rapprochement fait référence à l'analyse de la construction historique du « Withe cube » faite par l'artiste et critique d'art Bryan O'Doherty[524] concernant le désir de neutralité et de distance de ces espaces, où l'on tente de concevoir un espace épuré de tout décor et autonome de l'espace social afin de ne pas

---

[522] F. Bajard, *Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être*, *op. cit.*, p. 196.

[523] *Ibid.*

[524] Brian O'Doherty et Patricia Falguières, *White cube: l'espace de la galerie et son idéologie*, Zurich, Suisse, JRP Ringier, 2008, 208 p.

perturber la rencontre entre le spectateur et l'œuvre. Mais la réalité de ces espaces est souvent bien différente (notamment concernant le nombre d'objets exposés) puisque l'ancrage spatial de la galerie attenant à l'atelier de céramique (et du domicile) fonctionne dans le sens d'une scénarisation expographique du réel : du métier, du cadre de travail et de vie du créateur. À la prolongation de l'achat vers l'expérience spectatorielle du processus créatif, s'ajoute notamment la pénétration « exclusive » dans l'espace de vie du céramiste, de l'envers du décor et la dimension intime de la création. L'accueil est ainsi perçu comme étant plus décontracté que dans une galerie puisqu'elle devient la vitrine de la manière d'être et de faire du céramiste. Un collectionneur défendait son admiration pour l'atelier pour diverses raisons. La première induit le registre d'exclusivité, la deuxième est reliée au sentiment de proximité avec l'artiste et la troisième, à la découverte de l'univers de la création :

> « Cette pièce par exemple, je l'ai eu encore chaude entre les mains, parce que j'ai assisté au défournement. Mais les potiers ont horreur qu'on assiste au défournement. Il faut être vraiment un grand ami. Ce qui m'intéresse est le rapport d'ermite, c'est à dire, le potier que dialogue avec les éléments. On voit par exemple frère Daniel de Montmollin avec ses cendres. Il se dit « Dieu nous a donné ça, et il suffit d'aller chercher ce qu'il nous donne ». Je ne suis pas croyant, mais lui il le voit comme ça. Moi je vois dans son atelier les cahiers de cuisson, les recettes […] des petits bouts avec des tests d'email… »

Certaines occasions, le défournage est effectivement accessible au public. Mais comme il est avancé dans l'extrait qu'on vient de lire, le défournement se présente pour nombre de céramistes, comme le privilège de la solitude. Un céramiste nous confiait par exemple que pour lui la surprise pouvait être assez difficile à vivre devant des inconnus. Au-delà de l'attente du céramiste sur son travail, et celle de l'amateur pour l'exclusif se trouve la possibilité de réduire les coûts qu'impliquent les intermédiaires, comme l'explique Fred, collectionneur :

> « J'avoue que je n'achète pas en galerie parce que les pièces qui me plaisent sont déjà trop chères. Je ne peux pas le payer immédiatement. Mais je ne peux pas me plaindre de ça, car j'achète quand même des pièces. Et j'achète dans le grand public souvent

ou directement chez le créateur, ou des petites pièces. Je suis un collectionneur de petites pièces. Je suis un collectionneur typiquement français »

Pour lui, l'achat direct permet d'acquérir des pièces à moindre coût, mais surtout de ne pas se priver d'en acheter. Mais un autre point et non moins important est le contact avec le céramiste. Cette convention, caractéristique du marché de l'art figuratif, opère comme le travail d'un agent autonome en interaction directe avec ses clients. L'analyse systémique issue de l'observation de la situation de communication entre le céramiste et l'acheteur au sein de l'atelier ou du marché potier, montre que le modèle économique spécifique à la céramique compose avec la valeur de présence du créateur. Selon Frédéric Bodet, cela tient au fait qu'« il y a un accès très difficile à d'autres regards que les amateurs de céramique qui ont généralement en France peu de moyens. Souvent ils connaissent les artistes et achètent directement dans l'atelier [525] ». Ainsi, la céramique pourrait se voir partagée entre deux paradigmes artistiques étudiés par Nathalie Heinich : le moderne et le contemporain. La sociologue affirme en effet, que « dans le paradigme moderne, l'art exige la conjonction entre conception et exécution : de lors que l'œuvre est créditée d'une capacité d'expression de l'intériorité de l'artiste, la main de celui-ci est indispensable à la réalisation de celle-là[526] ». Ce modèle s'oppose aux régimes artisanal et classique où il est admis que l'exécution de certaines parties de l'objet soit déléguée à des tiers (compagnons, apprentis, collègues). La sociologue rapporte ainsi que le paradigme contemporain, renoue en partie avec ce modèle du fait que la présence de l'artiste est de moins en moins requise dans le processus de fabrication matérielle de l'œuvre, mais gagne en présence dans la mise en circulation de l'œuvre (cela est visible notamment, dans le travail des artistes (auto) définis en autoentrepreneurs à la tête d'une sorte de chaîne de création artistique). L'économie de l'art contemporain pourrait ainsi s'apparenter selon elle, à celle du cinéma « où l'artiste occupe la position du réalisateur à la tête d'une équipe chargée de donner forme à son projet, à ceci près qu'en art il n'y a pas de générique. Les techniciens eux-mêmes se

[525] Entretien avec Frédéric Bodet. Enquête de terrain 2014

[526] Nathalie Heinich, *Le paradigme de l'art contemporain: structures d'une révolution artistique*, Paris, France, Gallimard, 2014, p. 162.

professionnalisent et se spécialisent, comme au cinéma[527] ». Par conséquent, le travail de l'artiste s'objective non seulement par la matérialité de l'œuvre, mais aussi par des actes, où la présence devient pour certains la matière même de leur œuvre. La présence de l'artiste contemporain répond à un paramètre de représentation et de mise en circulation de son travail. En revanche, l'exécution intégrale de l'œuvre n'est pas indispensable. Si la présence du céramiste au long de la circulation des œuvres répond à plusieurs contraintes qui vont des plus financières aux plus conventionnelles, la présence du céramiste est attendue et se produit non seulement en tant que travailleur et intermédiaire de son propre travail et en médiateur de son métier. De cette mise en scène du capital culturel, social et technique se révèlent des valeurs individuelles et collectives. En ce sens, laisser pénétrer les publics dans l'espace professionnel et parfois dans l'espace de vie, confère aux conditions de l'admiration pour le don, le talent et le sacrifice[528] une dimension symbolique. Mais de l'autre côté, le travail de l'intermédiation assuré par le céramiste implique des techniques de professionnalisation limitées dans les domaines de la communication face aux contraintes et opportunités des marchés de l'art. Notamment à la vue de l'immense diversification des lieux de vente, et donc des tâches et corps de métiers intermédiaires requis (organisateur d'évènements, photographe [529], blogueur, community manager, commercial). C'est aussi le cas de la diversification de la production lorsque « des céramistes souhaitant se spécialiser dans la réalisation de sculptures à vocation artistique diversifient parfois leur production en fabriquant de petits bols[530] ». Le cas des bols est assez emblématique de cette diversification puisqu'ils représentent une entrée financière plus sûre (vendus en plus grand nombre et à des prix inférieurs que les sculptures). C'est cette gestion mixte des dispositifs de production et de commercialisation que « matérialise les ancrages malléables entre

[527] *Ibid.*, p. 165.

[528] Nathalie Heinich, « Avoir un don. Du don en régime de singularité », *Revue du MAUSS*, 2013, vol. 41, n° 1, p. 235.

[529] Lors d'une conférence sur la sculpture céramique au XXème siècle à Meudon en novembre 2014, un photographe spécialisé en céramique soulignait la difficulté de capter la couleur et parfois « l'accident » subtil des objets. A cela, Frédéric Bodet ajoutait que les céramistes font très peu appel à des photographes professionnels pour photographier leurs œuvres et que cela s'explique d'un coté par l'investissement financier que cela représente et de l'autre par une question d'exigence, souvent trop porté sur l'objet, sa matérialité et non pas sur la communication.

[530] Anne Jourdain, « Quelles limites éthiques pour l'artisanat d'art ? », 28 août 2013, N° 22, n° 1, p. 153-168.

l'Art et le Métier[531] » chez les céramistes. La diversification s'observe dans les différentes sphères de leur activité, rendant la pluriactivité visible sur les plans de la production, la médiation, la diffusion et la commercialisation. Ainsi, la diversification des lieux de vente, de l'activité et de la production peut s'interpréter comme les effets du décalage entre le projet artificateur et la réalité de devoir s'assurer une rentrée financière tout au long de l'année, de vivre de son métier, même au détriment de la construction de sa cote. Pour Frédéric Bodet, la diversification a un côté négatif sur l'évolution de la carrière artistique : « On les voit trop, puisqu'ils sont obligés de vivre de leur production et donc, ils ne sont pas assez rares[532] ». Ce manque de rareté est généré par les conditions précaires obligeant à avoir recours à la diversification avec une tendance à montrer trop de pièces et commercialiser dans trop d'endroits différents. Selon Olivier Roueff l'ajustement de la valeur entre l'offre et la demande est en fait conditionné par les commanditaires et récepteurs et non pas au sein de la sphère de la production : « Si la sphère de production peut être décrite parfois comme relativement autonome, elle n'est jamais le lieu de la fixation de valeurs[533] ». Elle suivrait plutôt la position sociale de la demande. Dans son étude sur le milieu du jazz, Olivier Roueff avance les intermédiaires spécialisés ont institutionnalisés « un espace de normes autodéterminées » alors que les musiciens manquaient de spécialisation. Il décrit un mécanisme de fonctionnement fondé sur le fait que « les intermédiaires sont les acteurs centraux de la constitution du jazz comme culture lettrée, plus que les musiciens dont les parcours musicaux oscillent entre précarité et reconnaissance ; plus que les amateurs qui reçoivent la musique à travers des catégories appréciatives déjà construites par les intermédiaires[534] ». Si bien, le postulat est valable dans notre champ d'observation, la recherche a néanmoins montré que les céramistes deviennent des véritables intermédiaires tout comme les amateurs : ils écrivent dans des revues, organisent des symposiums, composent des collections, organisent des expositions et ils se présentent selon l'espace d'interaction en tant que professionnels, experts,

---

[531] F. Bajard, *Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être*, *op. cit.*, p. 381.

[532] *Ibid.*

[533] Olivier Roueff, « Les mécanismes de valorisation à l'épreuve des systèmes d'intermédiation », *Les stratèges de la notoriété: Intermédiaires et consécration dans les univers artistiques*, 1 novembre 2014, p. 185-202.

[534] Laure Ferrand, « Olivier Roueff, Jazz. Les échelles du plaisir », *Lectures*, 15 novembre 2013.

médiateurs, prescripteurs, etc. C'est ainsi que la condition d'interchangeabilité des rôles, la diversification de la production, de l'activité et des lieux de vente, constitue un trait caractéristique du marché de la céramique. Et bien que les stratégies de diversification se positionnent de manière instable à la frontière entre conformité et déviance, elles illustrent les « limites du marché de singularités auquel aspire l'artisanat d'art[535] ». En prenant appui sur la théorie de la déviance de Becker, selon laquelle celle-ci « n'est pas une qualité de l'acte commis par une personne, mais plutôt une conséquence de l'application, par les autres, de normes et de sanctions à un "transgresseur[536]" », Anne Jourdain analyse la désignation des conduites considérées comme déviantes par rapport aux normes professionnelles défendues. La représentation de la qualité au sein de la communauté professionnelle déterminant ainsi les diversifications tolérées ou considérées comme déviantes :

> « Leur conception de la « qualité » diffère en particulier selon qu'ils valorisent davantage la technicité ou l'originalité dans la réalisation d'un objet et donc l'aspect artisanal ou artistique de leur métier. L'artisanat d'art est ainsi clivé en une pluralité de communautés organisées autour de conventions productives et esthétiques différentes, qui transcendent partiellement les segmentations en termes de métiers. L'évaluation de la légitimité des produits issus de la diversification diffère donc d'une communauté professionnelle à l'autre[537] »

Des règles éthiques tiennent à de critères formels tels que la tenue d'un stand conforme aux règles d'homogénéité technique qu'esthétique, d'exigence dans la présentation (que le stand ne soit pas surchargé, que les objets soient issus de processus de fabrication avec une technicité identifiable) permettant de différencier les objets « des produits industriels et des produits amateurs dont ils subissent la concurrence par les prix[538] ». Il s'agit donc de veiller à ne pas transgresser l'éthique

---

[535] A. Jourdain, « Quelles limites éthiques pour l'artisanat d'art ? », art cit.

[536] Howard Saul Becker et Jean-Michel Traduction Chapoulie, *Outsiders: études de sociologie de la déviance*, traduit par Jean-Pierre Briand, Paris, France, Éd. Métailié, 1985, 1985, 247 p.

[537] A. Jourdain, « Quelles limites éthiques pour l'artisanat d'art ? », art cit.

[538] Anne Jourdain, « La construction sociale de la singularité. Une stratégie entrepreneuriale des artisans d'art », *Revue Française de Socio-Économie*, 2010, vol. 6, n° 2, p. 13.

du milieu en respectant « les efforts collectifs de construction de la singularité des métiers d'art[539] ». Dans certains cas, la sanction émane directement de la communauté professionnelle, mais peut aussi venir des publics amateurs qui connaissent et partagent les normes. Par exemple, la non-prise en charge de la vente de ses créations au sein d'un marché potier peut être considérée comme une déviance. Si cette fonction peut être assurée ponctuellement par une personne ayant une filiation ou lien direct avec le créateur (ayant la connaissance technique et la maîtrise d'un certain vocabulaire spécifique et jargon du métier) — compagne/compagnon, enfants, apprentis, stagiaire, collègue — la délégation de la vente à un intermédiaire exogène au milieu peut être considérée comme une rupture des règles tacites et inhérentes à la profession. De ce fait, les stratégies régissant le système des marchés potiers comme à la galerie-atelier, s'exécutent par l'évaluation d'un coté par les pairs et de l'autre par les consommateurs (amateurs et collectionneurs). Plusieurs éléments permettent ainsi d'observer l'instabilité des frontières face à « la faible capacité de régulation des institutions au fondement des marchés[540] ». Est-ce que ce système constitue-t-il un frein à l'intégration de la céramique au sein du circuit du marché de l'art contemporain ? Est-ce que les mécanismes de ces espaces dépourvus d'intermédiaires constituent au contraire des catalyseurs pour la construction d'un sous marché basé sur la diversification comme mode opératoire ? Ce marché se porte comme un espace où convergent les singularités d'un milieu hétérogène et difficilement définissable. Il s'agit en effet d'un marché où sont valorisées les compétences, les normes et les éthiques du régime artisanal tout en s'exerçant en régime de singularité artistique[541]. Et comme le montre Jourdain sur le projet de réconciliation entre l'art et l'artisanat[542] (et les clivages encore prégnants au sein du secteur), le marché de la céramique demeure marqué par des coupures avec d'autres marchés spécifiques, visibles notamment dans le positionnement des galeries (les ventes aux enchères et autres espaces) dont les dynamiques sont déterminantes à l'heure de construire la valeur marchande et la notoriété de la céramique.

---

[539] A. Jourdain, « Quelles limites éthiques pour l'artisanat d'art ? », art cit.

[540] *Ibid.*

[541] Nathalie Heinich, *L'élite artiste: excellence et singularité en régime démocratique*, Paris, France, Gallimard, 2005, 370 p.

[542] A. Jourdain, *Du coeur à l'ouvrage. Les artisans d'art en France*, *op. cit.*

3. De la galerie d'art à la galerie de céramique

> *« Les grandes galeries ont des vendeurs, avec des arguments des commerciaux. C'est le business de l'art. Et c'est vrai que je n'ai jamais été là dedans. Et ça, c'est le gros problème de l'art contemporain. Les gens se font une fausse idée et pensent que dans le milieu de l'art on gagne beaucoup d'argent, alors qu'il y a que très peu de petites galeries jusqu'à des grandes qui vont faire des foires internationales »*
>
> Odile Van Bay, Galerie Médiart

Il n'est pas rare d'entendre que le marché de l'art contemporain possède les facultés de produire des œuvres, comme des produits et des artistes comme des stars. Selon cette logique, l'art contemporain fonctionnerait de manière fortuite et hasardeuse. Ce marché se construit nonobstant, sur des logiques régulatrices complexes. D'un côté se trouvent les acteurs composant ce monde et, de l'autre, un système de règles formelles ou tacites régissant les rapports entre les acteurs et conditionnant la formation des prix. Si bien, « à l'image des marchés financiers, on sait qu'une forte incertitude sur les valeurs est propice à l'émergence de comportements d'imitation ou de suivisme, et à l'apparition de bulles dépressives ou au contraire spéculatives[543] », on sait désormais que le marché de l'art est régi par des cadres de régulation et des espaces publics et privés où se jouent ces valeurs. À côté des galeries se trouvent d'autres entités intermédiaires marchandes comme les maisons de vente aux enchères, les foires, salons, construisant et fractionnant le marché. Il existe une forte complémentarité entre la diversité d'espaces lesquels sont aussi source de concurrence. Aussi, en dehors de l'existence d'un marché médiatisé d'« artistes entrepreneurs » correspondant à « un petit nombre d'artistes aux productions spectaculaires, souvent en très grand format, où le kitsch des objets (…) se combine avec le soin apporté à une exécution impeccable[544] », se trouvent ces zones du marché de l'art contemporain, opérant en marchés spécifiques comme des sous-marchés

[543] Françoise Benhamou, Nathalie Moureau et Dominique Sagot-Duvauroux, *Les galeries d'art contemporain en France: portrait et enjeux dans un marché mondialisé*, Paris, France, la Documentation française : Ministère de la culture et de la communication, département des études et de la prospective, 2001, p. 19.

[544] N. Heinich, *Le paradigme de l'art contemporain*, *op. cit.*, p. 164.

internes et/ou périphériques. La déstabilisation relative du marché de la céramique, du fait que ses prix sont nettement moins élevés que ceux du marché dominant de l'art contemporain, induit un état d' (auto) exclusion. En matière de qualité artistique, les valeurs sont en grande partie construites de façon endogène, c'est à dire par des acteurs experts (professionnels et amateurs) du milieu de la céramique. Mais si bien la valeur résulte de la convergence de leurs jugements, cela n'exclut pas les nombreux paramètres de reconnaissance de la qualité, identifiables entre autres par la valeur commerciale attribuée aux objets[545] au sein des segments du marché. C'est ainsi que l'espace de la galerie est une composante de ce marché spécifique lequel renseigne les similitudes et les différences avec le marché de l'art contemporain, de l'art moderne et du marché de l'artisanat d'art[546]. L'analyse des mécanismes mis en place pour la formation, la consolidation et la régulation de ces lieux de diffusion et de vente, abouti non seulement à la détermination de la valeur, mais aussi à la catégorisation de ces sous-marchés. Quand Raymonde Moulin remarque que la fonction d'intermédiation des galeries a évolué vers une fonction de production, elle pose la question des effets des galeries sur les mondes de l'art. Si les galeries sont des acteurs déterminants, puisqu'elles produisent de la valeur, elles sont aussi soumises à des variations contrastées. Notamment parce que la tendance à la concentration autour d'un petit nombre de structures constitue un terrain propice à la formation de coalitions. En art contemporain, c'est à partir des années 1960-1970 que le marché international va se structurer autour d'un nombre limité de *galeries leader* dont l'action contribue à baliser le territoire artistique et à fixer les tendances dominantes : « La galerie leader, une fois qu'elle s'est assuré le monopole d'une tendance, met en œuvre une stratégie de promotion destinée à fabriquer la demande susceptible d'apprécier les nouvelles créations artistiques. Elle combine pour ce faire, les techniques de la promotion commerciale avec celles de la diffusion culturelle[547] ». En se mobilisant autour de la galerie leader, les acteurs économiques et culturels agissent

[545] Les écarts existants dans l'estimation de la valeur des objets selon leur appartenance à un groupe de la céramique montrent bien la différenciation. À titre d'exemple, une « pièce » de Claude Champy, est estimée à 1800 euros tandis qu'une « œuvre » de Johan Creten, représenté par la galerie Perrotin, est estimée à plus de dix fois ce prix, soit 20000euros.

[546] La coexistence de différents genres au sein de l'art actuel, annoncée par la sociologue Nathalie Heinich ; art classique, art moderne et art contemporain dans une même temporalité (et non pas à un découpage historique), renvoie à un modèle économique actuel organisé dans son ensemble autour de la convention de l'originalité, le discours et la place de l'artiste.

[547] R. Moulin, *Le marché de l'art*, *op. cit.*, p. 34.

en concert pour placer les artistes dans les espaces adéquats afin d'assurer l'effet positif sur la réputation d'un artiste. Le constat d'une absence de galeries leaders spécialisées en céramique en France, interroge sur la transférabilité entre le modèle de la céramique et de l'art contemporain. Ce qui diffère en grande partie sont les directions et les relations entre les acteurs et les mécanismes, notamment en termes de diversification. Puisque la concurrence de la vente directe dans la boutique, l'atelier, et les marchés potiers, s'examine généralement sous l'idée d'une concurrence avec l'activité des galeries. Ce système de commercialisation peut en effet se constituer comme un frein à la croissance du marché en limitant sa prise en charge par les intermédiaires. Cependant, il pourrait aussi induire des nouvelles modalités visant à assurer la circulation des œuvres, soutenues par leur propre système idéologique, mais ayant pour effet la modification des relations de proximité entre le créateur et les publics. L'analyse de cet espace, à travers l'expérience du galeriste et celle de l'amateur, permet de mieux saisir dans quelle mesure l'action des galeries participe de la construction de ce marché spécifique. Peut-on vraiment affirmer que le domaine de la création céramique fonctionne selon un système parallèle ou périphérique de celui de l'art contemporain ?

3.1 Les galeries de céramique : entre précarité et persévérance

Les galeries spécialisées en céramique d'art en France composent un modèle de constance, mais empreint d'une très forte instabilité. Dans l'article « Acteurs du marché, constance et renouvellement », Bernard Bachelier revient sur le rôle des galeries, en citant le cas de la galerie Capazza à Nançay, Clara Scremini à Paris et la galerie du Don du Fel à Rodez, trois galeries dont les deux caractéristiques communes sont de s'être « lancés dans l'aventure » céramique à la même époque que la revue de la céramique et du verre dan les années 80, et (que) continuent leur activité aujourd'hui. Il affirme que « la passion, l'engagement, la détermination ont été récompensés des prises de risques audacieuses et des investissements dans la durée[548] ». Aux côtés de l'engagement et la passion aux fondements de l'activité des galeristes de céramique, des logiques très variées donnent à voir un phénomène de

[548] Bernard Bachelier, « Acteurs du marché. Constance et renouvellement », *Revue de la céramique et du verre*, janvier 2015, n° 200, p. 112-113.

forte instabilité. C'est la vision que défend Denis Goudenhooft, galeriste, collectionneur et céramiste :

> « Si tu fais un tableau des galeries, elles durent deux ans. Depuis les années 70, il y a eu 2000 galeries de céramique en France. Mais en quarante ans, on doit distinguer qu'est-ce qu'on considère une galerie : pas les brocanteurs, ni les galeries par exemple qui exposent deux céramistes mondains ou les galeries qui sont des boutiques. Une galerie c'est celle qui défend des artistes et les expose régulièrement[549] »

À la difficulté de déterminer le nombre de galeries spécialisées, du fait qu'elles sont nombreuses à avoir vu le jour dans les années 70 – 80, mais aussi a avoir fermé leurs portes au cours des quarante dernières années, s'ajoute le nombre croissant de galeries généralistes présentant des céramiques de façon ponctuelle. Le « Guide des céramistes » de 1997 comptait 64 galeries, tandis que le guide de 2013 en comptabilisait 75. En 2015, certaines des galeries répertoriées avaient cessé leur activité, ou déménagée et partialisée comme c'est le cas de la galerie Helene Porée (visites des expositions uniquement sur rdv). Par ailleurs, certaines galeries présentant de la céramique ne sont pas répertoriées par le guide, comme c'est le cas de la Galerie 22 à Coustellet, dans le Vaucluse (cette galerie dispose d'une exposition permanente de céramiques d'artistes céramistes reconnus tels que Claude Champy, Camille Virot) et présente le travail d'artistes aux divers médiums. La directrice exprimait sa déception à ce sujet et explique que cela est dû au fait qu'elle s'est ouverte à d'autres expressions et d'autres disciplines artistiques :

> « J'ai demandé pourquoi ils n'annonçaient pas mes expositions, alors qu'il y avait des céramistes. Ils m'ont dit que c'est parce que c'était mélangé. Ça a été une grande déception. C'est un peu dommage, parce que c'est aussi sous la demande des céramistes qui ne voulaient pas être enfermés, mais d'être reconnus aussi en tant

[549] Extrait de l'entretien avec Denis Goudenhooft, galeriste, collectionneur et céramiste. Enquête de terrain 2014

qu'artistes pouvant utiliser d'autres médiums. Ça n'empêche que j'expose parfois plusieurs céramistes, c'est très bien. Mais je pense qu'on peut aussi mélanger[550] »

Si nombre d'acteurs plaident pour cette ouverture disciplinaire, ils sont peut-être aussi nombreux à envisager la céramique comme un médium singulier nécessitant des galeries spécialisées pour défendre le milieu, comme l'affirme Denis Goudenhooft :

« La moitié de lieux présentés dans le guide ne font pas de la céramique. Ou que de la céramique ancienne. Scremini est considérée comme la galerie de la céramique de Paris. Mais bon… il ne reste plus rien des précurseurs. Il y a Capazza et moi (Complément d'Objet à Rouen), on est quasiment les derniers. Puis dans quelques mois, il n'y a plus moi. Pour Capazza, c'est les enfants qui sont en train de reprendre[551] »

Cette affirmation s'articule à une situation globale des galeries d'art : tout comme pour les galeries d'art contemporain, les galeries de céramique sont « des organisations dont l'efficacité repose essentiellement sur la personnalité du directeur. Celui-ci se consacre généralement à plein temps à cette activité, même si dans 21 % des cas, il doit exercer une activité parallèle[552] ». Aussi, tout comme les galeries d'art contemporain, qu'elles se trouvent à Paris ou en Provence, l'économie des galeries de céramique répond à la catégorie de microentreprises très vulnérables. La typologie de galeries d'art contemporain proposée dans l'ouvrage de F. Benhamou, N. Moreau, D. Sagot-Duvauroux et recensée par Sylvia Girel distingue les galeries de négoce et celles de promotion en quatre sous-groupes[553] :

1. Les galeries qui défendent un art qualifié de figuratif, peu présentes sur les foires, elles évoluent en marge du marché international.

[550] Extrait de l'entretien avec la directrice de la galerie 22. Enquête de terrain 2015

[551] Extrait de l'entretien avec Denis Goudenhooft, galeriste, collectionneur et céramiste. Enquête de terrain 2014

[552] F. Benhamou, N. Moureau et D. Sagot-Duvauroux, *Les galeries d'art contemporain en France*, *op. cit.*, p. 19.

[553] *Ibid.*, p. 25.

2. Les « jeunes-petites » galeries fortement impliquées dans l'avant-garde internationale, soutenues par les pouvoirs publics par le biais d'achats.

3. Les galeries aux mêmes engagements esthétiques que les précédentes, mais plus anciennes et donc reconnues et présentes à l'échelle internationale, employant un ou plusieurs salariés.

4. Les galeries les plus anciennes qui se partagent entre la promotion d'artiste et un travail de marchand.

Si l'on rapproche ce modèle générique à la céramique d'art, celle-ci serait surtout représentée par le premier et le dernier groupe. En général les galeries de céramique d'art sont exposées à une forte instabilité financière, comme l'explicite Frédéric Bodet : « Ce qui est plus difficile c'est que les galeries spécialistes en céramique, ne sont pas des galeries avec de moyens, et donc sans trésorerie. C'est dramatique[554] ». La commission des ventes dans une galerie s'élève généralement à 50 %, ce qui impose la négociation d'un prix permettant que l'activité soit rentable pour le galeriste, le créateur et l'acheteur. Pour que les objets exposés en galerie soient attractifs et concurrentiels, le céramiste doit baisser ses prix de base afin que le prix final en galerie ne soit pas en désaccord avec l'ensemble du marché. Ou bien, pratiquer les mêmes tarifs en atelier qu'en galerie, pratique encore peu courante dans le milieu. Pour Nanny Champy le décalage entre ces deux marchés est lié à la difficulté et l'intérêt financier des galeries :

> « J'ai remarqué que ces gens qui sont dans l'art contemporain font une sculpture 12 000 euros, donc ça génère de l'argent, et une fois que ça génère de l'argent ça intéresse les galeries. Mais moi si je vends un truc à 1200 euros, ça n'intéresse pas la galerie, ça lui fait 600 euros et ça ne lui paye pas le loyer. C'est quand même beaucoup lié à l'argent[555] »

La céramique est surtout promue par des petites galeries spécialisées, méconnues dans le monde de l'art contemporain, mais reconnues au sein du milieu de la céramique.

[554] Extrait de l'entretien avec Frédéric Bodet, Conservateur Cité de la céramique de Sèvres, collectionneur. Enquête de terrain 2014

[555] Extrait de l'entretien avec Nanny Champy, céramiste et organisatrice des journées de la céramique de Saint Sulpice, Paris. Enquête de terrain 2015

Pour Nigel Atkins, directeur de la galerie de céramique « Le don du Fel », située près de Rodez, cette différence de prix entre la céramique et l'art contemporain constitue un des avantages de la céramique :

> « Le grand avantage de la céramique et de l'artisanat d'art en général, c'est qu'on peut accéder à des œuvres d'une très grande qualité à des prix bas. À 500 euros vous avez des choses magnifiques ! Avec deux, trois mil euros, dans le monde de l'art contemporain, ce n'est rien[556] ! »

Selon cette posture, la céramique permettrait aux amateurs d'art d'acquérir des objets d'art d'une haute qualité artistique, sans que les moyens financiers soient un frein. En revanche, la problématique des moyens pour les créateurs persiste. La relation d'exclusivité entre une galerie et un céramiste ne sont pas courantes. Jean Girel, par exemple, est représenté par la galerie Arcanes, une galerie parisienne spécialisée dans les arts décoratifs du XXe siècle (la galerie représente aussi d'autres céramistes consacrés tels que Valérie Hermans, Emile Decoeur, George Jouve, Emile Lenoble, Henri Simmen, Pierre Bayle, Ben Lisa, les céramistes avec la cote la plus forte à l'heure actuelle). Cette galerie participe dans des salons tels que le Salon Révélations (salon biennal organisé par Ateliers d'Art de France) et à l'international. Pour Frédéric Bodet, la céramique contemporaine n'est pas suffisamment exposée ou bien dans des circuits fermés et peu durables, ce qui compose une des raisons de sa marginalité :

> « Ces galeries n'ont pas une très forte reconnaissance au niveau du marché de l'art. Ce n'est pas des galeries qui construisent une histoire, qui affirment un goût particulier. Ces galeries n'exposent que de la céramique, elles n'exposent pas d'art contemporain […] Les galeries dans lesquelles ces céramistes exposent sont déterminées dans le secteur artisanal, sont marginalisées dans le secteur dit artisanal. Et bien, ces galeries ne peuvent pas travailler sur la cote des céramistes, ne peuvent

[556] Extrait de l'entretien avec Nigel Atkins, directeur de la galerie de céramique « Le don du Fel » et collectionneur. Enquête de terrain 2014

pas faire évoluer la cote des artistes suffisamment. Il n'y a pas un suivi suffisamment long ou leurs fichiers ne sont pas ceux des collectionneurs d'art contemporain[557] »

Si bien, les céramistes d'art contemporain montrent plus de rapprochements avec le deuxième et troisième groupe de galeries proposés par N. Moreau, D. Sagot-Duvauroux (les galeries plus anciennes et donc reconnues et présentes à l'échelle internationale et les « jeunes-petites » galeries fortement impliquées dans l'avant-garde internationale). C'est en Belgique, avec la galerie « Pierre Marie Giraud » qu'on retrouve ce que Raymonde Moulin appelle une « galerie leader » en matière de céramique. Celle-ci se positionne comme l'une des galeries les plus importantes présentant de la céramique contemporaine (et parfois du verre) puisqu'elle participe dans des salons et foires internationales divers, au même titre que d'autres galeries d'art contemporain réputées, comme l'affirme Bodet :

« Il y a des galeries comme celle de Pierre Marie Giraud à Bruxelles, qui est une galerie d'arts décoratifs, mais qui a énormément des moyens. C'est un jeune galeriste qui est associé à une autre galerie d'art contemporain, qui est une de plus grandes galeries belges : une plaque tournante pour l'art contemporain en Europe. Être dans cette galerie-là vous propulse à un tout autre niveau. Il y a Jean Girel par exemple. Et curieusement, ce jeune-là a des goûts assez classiques en céramique. Il montre des pots, oui des pots. Et il n'a pas peur de montrer des objets qui sont des objets d'arts décoratifs. Mais il le présente dans un environnement, avec un fichier de clients, présent dans tous les salons le plus chers comme Miami, Bal, Maastricht... qui sont des plaques tournantes des collectionneurs d'art contemporain. Il est là. C'est une de rares galeries présentant des objets de céramique, qui soit dans ces rendez-vous de ce niveau-là. Parce qu'il y a les moyens de payer 50 mil euros un stand pour trois jours[558] »

[557] Extrait de l'entretien avec Frédéric Bodet, Conservateur Cité de la céramique de Sèvres, collectionneur. Enquête de terrain 2014

[558] Extrait de l'entretien avec Frédéric Bodet, Conservateur Cité de la céramique de Sèvres, collectionneur. Enquête de terrain 2014

En plus de participer dans des foires internationales, cette galerie apporte des conseils aux musées européens et américains sur des questions d'acquisition et de commissariat d'exposition, contribuant ainsi, avec de nombreuses institutions dans la promotion de la céramique contemporaine[559]. En France, les galeries d'art contemporain présentant de la céramique d'art contemporain comme la galerie Perrotin sont des exceptions et le font sans l'étiquette « céramique ».

> « Je pense à la galerie Perrotin, à Paris, qui est une grande galerie, une des plus grandes galeries d'art contemporain, qui présente quelques céramistes comme Johan Creten, qui auraient du mal à se définir comme des céramistes […] Le prix d'une grande pièce de Johan Creten chez Perrotin ça doit être 80 mil euros… mais c'est des exceptions. C'est aussi qu'ils passent un temps fou dans des salons. Dès le départ de leur carrière, ils recherchent un lien avec l'institution, avec les collectionneurs, avec les mécènes. C'est un profil particulier[560] »

Pour Frédéric Bodet, le marché de la céramique souffre d'être « clos sur lui même ». Celui-ci a toujours fonctionné sur la base de la fraternité et solidarité des céramistes entre eux et de quelques amateurs ayant ouvert des galeries, mais travaillant avec quasiment pas de trésorerie. Cela aurait bien fonctionné au début des années 80 et 90, et permis d'émarger quelques noms importants, sans parvenir à propulser ces artistes au-delà d'un « petit cénacle de passionnés ».

> « La difficulté des galeries de céramique, c'est qu'elles sont ouvertes par des vrais amateurs, des vrais passionnés de céramique, mais qui n'ont pas de moyens financiers importantes, et qui ne peuvent pas retenir des artistes, qui ne peuvent pas acheter des expositions entières, ou des pièces régulièrement aux artistes. Qui ne peuvent pas

[559] « Pierre Marie Giraud is internationally recognized for his unparalleled expertise in ceramics. He regularly advises European and American museums on collection acquisitions and curatorial issues, and collaborates with a number of institutions on the promotion of contemporary ceramics » - Source : http://www.pierremariegiraud.com/en/galerie/presentation/0/presentation-de-la-galerie - Consulté en juillet 2016

[560] Extrait de l'entretien avec Frédéric Bodet, Conservateur Cité de la céramique de Sèvres, collectionneur. Enquête de terrain 2014

> apporter pas le confort que les galeries d'art contemporain peuvent apporter aux artistes qu'ils recrutent[561] »

Pour lui, ce sont principalement deux niveaux d'artistes que se partagent la scène marchande de la céramique contemporaine.

> « Ceux qui arrivent à accéder à ces galeries d'art contemporain, en tout cas plus ouvertes à l'art contemporain, où il y a un mélange de médiums, des supports, où des céramistes peuvent présenter à côté de et au même titre que des sculpteurs ou des peintres connus. Je pense à la galerie Perrotin, qui présente quelques céramistes comme Johan Creten […] Ils ne sont pas de la même famille que les céramistes qui eux viennent d'une tradition céramique, qui ont appris la poterie, les techniques, et qui sont encore dans ces mouvements-là[562] »

Ces derniers correspondent à ceux qui exposent dans des galeries spécialisées, mais exposent aussi dans des foires, des salons, des marchés, et sont disponibles pour vendre dans leurs lieux de création (boutique/atelier), mais ont peu accès aux galeries réputées.

3.2 La galerie de céramique : vitrine des difficultés du milieu

À travers le cas de la galerie parisienne Médiart nous abordons ici certains enjeux de la fragmentation structurelle marché céramique. Créée en 1989 par sa directrice Odile Van Bay, Médiart se situe à quelques rues du Centre Pompidou, dans la rue Quinquimpoix où se trouvent plusieurs galeries d'art, dont deux autres consacrées comme elle, à la céramique (Galerie Quinquimpoix et galerie Clara Scremini). Alors qu'elle exposait exclusivement de la peinture, la galeriste décide en 2001 d'y introduire de la céramique, année où elle découvre ce monde par l'intermédiaire d'un peintre qu'elle envisageait d'exposer :

---

[561] *Ibid.*

[562] *Ibid.*

> « J'ai été amené a connaître le domaine céramique à peu près il y a une dizaine d'années par l'intermédiaire d'un peintre qui vivait avec une céramiste. […] Il avait fait ce qu'il appelait des portraits de céramiques, donc on a trouvé judicieux d'exposer sa peinture et les céramiques de son amie[563] »

Cette galerie se caractérise aujourd'hui par la présentation conjointe de céramiques et de peintures en établissant des liens « soit par la couleur, la matière, le thème ». Au fil du temps, Médiart a acquis une dominante céramique et dispose d'un espace au sous-sol consacré à une exposition permanente de céramique. En 2010 la galerie a participé de la manifestation « Circuits céramiques » et Odile Van Bay considère que la manifestation a eu des « effets positifs pour faire connaître la céramique ». Cependant, Mediart est une petite galerie proche du premier groupe de la typologie de galeries d'art[564] (galeries qui défendent un art figuratif, peu présentes sur les foires et évoluant en marge du marché international). Auparavant présente dans des foires internationales d'art, la galerie a cessé de participer dans ces manifestations à cause des contraintes liées au temps et budget :

> « C'est très difficile d'assumer sa galerie et de faire des foires. Surtout à Paris avec le prix du mètre carré ! Mais c'est vrai que l'avantage c'est que ça permet de renouveler sa clientèle… Il y a des gens qui ne font pas les galeries, mais seulement les foires. C'est comme dans les grands magasins il y a toutes les marques, et vous avez une vue plus générale sur ce qui se fait en matière d'art. Parce que les gens qui ont de l'argent ne sont pas très disponibles […] Faire de foires assoit votre notoriété, c'est très professionnel, mais je n'ai pas d'associé, ni les moyens. Je me dévoue toute seule depuis 25 ans »

Le travail de direction ne consiste pas uniquement à l'organisation les expositions ou la gérance de la galerie, mais va de l'accueil à la vente et à cela s'ajoute la communication : écriture des textes, construction et mise à jour du site web :

---

[563] Extrait de l'entretien avec Odile Van Bay, directrice de la galerie Médiart et collectionneuse, Paris. Enquête de terrain 2014

[564] F. Benhamou, N. Moureau et D. Sagot-Duvauroux, *Les galeries d'art contemporain en France*, *op. cit.*

> « J'ai environ 30 personnes qui regardent mon site. Et j'ai fait une formation Facebook, mais je n'ai pas le temps de m'en occuper. (…) Par contre c'est moi qui actualise mon site, une fois par mois. Par exemple, l'expo à venir je dois la mettre à jour aujourd'hui, car il faut écrire le texte aussi. C'est vrai que c'est un bon travail. D'abord le texte après les photos »

Cette petite galerie parisienne bénéficie de l'aide de personnes proches de la directrice, certains clients fidèles ainsi que des stagiaires auxquels elle a recours ponctuellement (à cause d'une temporalité souvent trop courte) :

> « De temps en temps j'ai eu de stagiaires, des jeunes qui font des écoles d'art. […] Comme j'essaye de faire bien mon travail, je ne leur fais pas faire du mailing. Je leur apprends de choses et ça me prend du temps. Ça m'intéresse pour des périodes un peu plus longues, de trois mois, car là, il a le temps d'apprendre et de vous aider aussi. Mais souvent ce sont de stages d'un mois »

La programmation se fait environ six mois à l'avance et chaque exposition dure deux semaines. À Médiart, les expositions sont diverses : des plus classiques (bols) aux plus modernes et contemporaines (sculptures). C'est au moment du vernissage que se réalise le plus grand nombre de ventes : « Souvent c'est lors des vernissages que je vends le mieux. Là, j'ai vendu 4 pièces. Et puis il y a des gens qui disent qui vont revenir ». La pièce illustrant le carton d'invitation est souvent celle qui se vend en premier. Son activité de galeriste est assumée par elle sous le prisme d'un engagement, qu'elle va considérer proche du « mécénat » :

> « Je rentre dans ma 25^{e} année de galeriste. C'est un métier qu'on fait par passion. On ne peut pas dire qu'on fasse ça pour gagner de l'argent. On est presque dans le mécénat. […] Ici on est au pourcentage. À 50 % avec l'artiste. Je l'ai dit souvent : on a un destin commun entre galeristes et artistes »

L'engagement peut dépasser même la volonté de soutenir les artistes s'articulant à l'idée que l'activité se constitue comme une destinée personnelle, qu'elle rapproche de celle de l'artiste :

> « Au départ j'avais commencé à faire des études de droit, et ma mère s'est mise à faire de l'astrologie, à ce moment-là j'avais déjà fait l'école du Louvre, et dans mon thème astral c'est l'art, et pour y parvenir il y a eu plein de chemins détournés, mais on y parvient […] C'est vraiment, comme un artiste, c'est quelque chose qu'on a en soi ça sort, ça se développe. Je crois que j'étais vraiment faite pour ça »

Galeriste, mais aussi collectionneuse, Odile Van Bay achète une œuvre à chacune de ses expositions. La fréquentation est majoritairement composée de personnes âgées de plus de 50 ans. Elle y distingue trois types de publics : les *collectionneurs coup de cœur* qui viennent découvrir des artistes peu connus, *les passionnés* qui reviennent souvent, mais qui n'achètent pas, et enfin *les touristes*. La fréquentation varie fortement selon les périodes : « Je fais une moyenne de 10 expos par an (…) la plupart des gens viennent au début ou à la fin et on peut rester des semaines sans voir personne ». Si la galerie d'art est un lieu gratuit, la faible fréquentation s'explique pour elle, par une méconnaissance générale du milieu des galeries fondée d'abord sur l'éducation, la famille ainsi que sur une indifférence de la presse :

> « Il y a peut être aussi une question de culture, d'éducation… je crois que c'est beaucoup l'éducation. Ça commence très jeune. J'ai fait l'école du Louvre. J'allais dans les musées, mais je n'allais jamais dans des galeries. Mes parents ne m'ont jamais appris à aller dans les galeries […] C'est rare, mais ça arrive qu'il y ait des gens qui me demandent si c'est payant. C'est vrai que ce n'est pas du tout connu et ça devrait être le travail des journalistes de dire que les galeries c'est gratuit, que l'on peut rentrer, s'y imprégner »

Est ce que la galerie peut-elle être considérée uniquement comme un espace économique et social de l'élite ? Cette question peut être réfléchie à partir de la

théorie bourdieusienne de la légitimité culturelle[565] pour laquelle la culture est le produit d'un social hiérarchisé et où existent des barrières symboliques liées aux déterminations sociales et culturelles. Les mécanismes de domination et de reproduction des hiérarchies sociales sont illustrés par les pratiques culturelles[566] : « Si vous allez au musée — disent Pierre Bourdieu et Alain Darbel —, c'est parce que vous êtes allé à l'école. Si vous allez souvent au musée, c'est parce que vous êtes allé longtemps à l'école. (...) L'amour de l'art, c'est comme de savoir se tenir à table : le privilège d'une classe sociale[567] ». La culture devient ainsi la vitrine révélatrice d'un monde hiérarchisé[568]. L'opposition entre culture savante et culture populaire[569], est discernable également à travers la réflexion théorique de Jean Claude Passeron et Claude Grignon, selon un système symbolique autonome ou selon le rapport de forces de domination sociale que s'exercent. Désignant les connaissances et les savoirs légitimes aux yeux des individus d'une même société pour créer des correspondances avec les autres « cultures », la galerie s'ouvre comme un espace où s'amorcent différentes lectures culturelles des plus populaires aux plus élitistes. La galerie

---

[565] En 1969, Pierre Bourdieu et Alain Darbel publient « L'amour de l'art » suite à une série d'enquêtes (quantitatives) réalisées dans 20 musées de France et d'Europe où ils décrivent les freins à la fréquentation des lieux d'art et combien le manque des codes artistiques constitue un barrage presque infranchissable pour les classes populaires. Bourdieu classe les différents groupes sociaux dans l'espace à partir les concepts de *capitaux* et de *champs*. Les champs se réfèrent principalement au domaine des activités professionnelles. Chaque champ constitue un lieu structuré par des rapports de force entre des dominants et des dominés, où les individus se disputent l'accès au type de « capital ». « Les capitaux » sont eux déterminés selon notre appartenance à un groupe on a un système de représentation : les deux institutions clés dans ces constructions sont l'école et la famille. L'école sanctionne et renforce les inégalités initiales, forgées par l'institution familiale, car elle jugerait les élèves sous le critère de ce qu'ils ont acquis en dehors de l'école. Toutefois, bien que l'on puisse interchanger les capitaux, plus on est placé haut et plus on peut modifier les règles. L*'habitus,* une autre variable analytique, explique la détermination sociale du goût. Il désigne l'appartenance à un groupe donné (avec ses préférences et ses habitudes) et la transmission des valeurs au sein du groupe. L'habitus est ce qui caractérise une classe ou un groupe social par rapport à ceux qui ne partagent pas les mêmes conditions sociales ; -chaque groupe transmet ses valeurs à ses descendants-. L'*habitus* est générateur des pratiques sociales et culturelles et cela procède de la socialisation culturelle : *il est l'extériorisation de l'intériorisation de l'extérieur*. Mais il n'est pas un système rigide de dispositions, qui déterminerait de façon mécanique les représentations et les actions des individus. C'est pourquoi, la trajectoire sociale du groupe doit être prise en compte pour analyser les variations de l'habitus : la distinction entre les différents groupes, existe de manière forte, puis au sein des groupes on retrouve aussi les pratiques distinctives de manière plus faible.

[566] Pierre Bourdieu, *La distinction critique sociale du jugement,* Paris, Éd. de Minuit, 1979.

[567] Pierre Bourdieu, Alain. Darbel et Dominique Schnapper, *L'amour de l'art: les musées d'art européens et leur public*, Paris, Éditions de Minuit, 1969.

[568] Une des grandes critiques faites à la sociologie Bourdieusienne par des chercheurs tels que Bernard Lahire, est qu'elle serait trop axée sur l'opposition entre culture dominante et dominée.

[569] Claude Grignon et Jean-Claude Passeron, *Le savant et le populaire: misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Paris, France, Points : DL 2015, 2015, 358 p.

apparaît donc effectivement comme un lieu privé où l'entrée est gratuite, mais dont la vocation première est de commercialiser des objets d'art. En lui se cristallisent les barrières symboliques, et à moindre effet des frontières physiques, comme le signifie la galeriste au sujet de la porte d'entrée :

> « Ce que j'ai remarqué, c'est la différence entre l'hiver et l'été. C'est beaucoup plus facile pour eux d'entrer quand la porte est ouverte. La porte c'est une espèce de barrière… comme si pousser la porte serait un acte d'engagement, si on rentre on va nous sauter dessus et essayer de nous vendre quelque chose[570] »

Cependant, l'évaluation des pratiques culturelles et des publics de la culture à partir de la théorie de la légitimité ne suffit plus à renseigner à l'heure actuelle les différentes formes d'accès aux lieux de l'art et de la culture dominantes, comme la galerie. En effet, de plus en plus, ces lieux développent des politiques en faveur de la diversification des publics. Si parler de médiation culturelle par l'acception issue du modèle de démocratisation culturelle n'est pas toujours pertinent, il est à noter que diverses stratégies à mi-chemin entre le marketing et la médiation culturelle y ont été introduites depuis plusieurs années (par le biais des vidéos, des micro-expositions thématiques, rencontres avec les artistes, parcours pédagogiques, etc. *cf.* Chapitre suivant). Sur ce sujet, un autre exemple intéressant est celui de la galerie de céramique en Provence, Terra Viva. Elle a ouvert ses portes en 1989 à Saint Quentin la Poterie par Serge et Brigitte Triboullois, un couple d'amateurs de céramique, et a été reprise par Maude Grillet en 2013. Originaire d'Uzès, Grillet reprend la galerie après avoir travaillé quelques années au Musée d'Art et d'Histoire de Genève en tant que responsable de la médiation culturelle. C'est au fil des rencontres, la fréquentation d'ateliers, expositions, galeries, etc., qu'elle dit s'être spécialisé :

> « La céramique c'était un intérêt que j'ai depuis longtemps parce que j'ai grandi à Usez : par Saint Quentin la Poterie, par la fréquentation des ateliers, particulièrement

[570] Extrait de l'entretien avec Odile Van Bay, directrice de la galerie Médiart et collectionneuse, Paris. Enquête de terrain 2014

> celui de Giselle Buthot Garçon, par l'existence du marché Terralha, par la Galerie Terra Viva… j'ai un peu aiguisé mon regard »

Les galeries de céramique sont en grande majorité tenues par des passionnés qui sont aussi collectionneurs comme Odile Van Bay ou des professionnels du milieu de l'art et de la culture comme Maude Grillet. Si bien elle ne travaillait pas directement dans le domaine de la céramique, elle avait déjà une passion confirmée pour cet art :

> « De tout ce temps, à côté de ma vie professionnelle, la céramique était un champ de liberté. Le champ de l'amateur, de choses que j'aime et qui me faisaient plaisir. Donc j'avais de toute façon, de tout temps envie de faire de choses autour de la céramique […] Quand je pouvais j'allais à Vallauris, à Châteauroux, au Festival du 11e, du 14e, à Saint Sulpice… donc j'essayais de faire de choses comme ça, à côté de mon travail[571] »

Pour Maude Grillet, la technique est essentielle, d'abord par sa dimension historique, puis parce qu'elle permet de donner à connaître les spécificités du travail avec la matière, justifiant les prix et donnant à voir le travail et sa recherche. Mais la question technique lui sert surtout de pont reliant l'esthétique et des références artistiques diverses :

> « C'est vrai que la céramique c'est une croisée de domaines quand même : entre une histoire technique et justement c'est la capacité à inventer sa technique qui fait sa spécificité de son travail, donc, souvent quand même, ça commence par la technique, dans l'approche. […] Parce que souvent les gens ne comprennent pas un petit bol à 150 euros. Ils ne comprennent pas pourquoi un bol peut coûter aussi cher. Donc déjà expliquer le travail de recherche qui peut y avoir auparavant. Mais, moi je suis quand même beaucoup sur l'esthétisme, les références auxquelles ça peut renvoyer[572] »

---

[571] *Ibid.*

[572] *Ibid.*

Ses prédécesseurs avaient construit une galerie où cohabitaient des choix assez diversifiés (sculptures, bols, bijoux et même des vêtements de créateurs). Malgré quelques modifications dans les choix des artistes (notamment en supprimant les vêtements), elle décide de ne pas rompre avec l'histoire de la galerie, pour ne pas rompre avec sa clientèle. Au contraire, elle va s'investir dans une affirmation de la continuité et sur le renouvellement de certains choix :

> « J'ai axé sur la continuité, d'abord parce que c'est mon caractère, parce que j'aime ce lieu, et enfin, pour une troisième raison, tout simplement économique. À l'heure où plein de galeries ferment, Serge et Brigitte ont fait tout pour que la clientèle fidèle me fasse confiance et que ce soit présenté comme une filiation. C'était pas dans mon intérêt que dès qu'ils avaient le dos tourné, de me dire bon, maintenant on casse tout[573] »

La stratégie d'ouverture permet selon elle de toucher un plus grand nombre de potentiels acheteurs. Et constitue aussi une façon de s'affirmer au sein du milieu de la céramique.

> « J'aimais ce lieu, parce qu'il était grand, parce qu'il y avait de la diversité dans les expositions, et parce qu'il y avait toujours cette coexistence entre la céramique utilitaire qualitative et la sculpture. […] On a toujours eu de l'utilitaire, on a toujours eu des pièces pas trop chères, donc on est ouvert à toutes les bourses. Je souhaite vraiment affirmer la place de la galerie dans le milieu de la céramique, quelle que soit son orientation, au niveau artistique[574] »

Dans cette galerie le travail conséquent en direction de la recherche de nouveaux publics s'articule à son expérience professionnelle dans le domaine de la médiation, mais aussi, et surtout pour faire face au vieillissement de la clientèle, une population en correspondance avec la génération des anciens propriétaires, et de beaucoup d'artistes présentés. Bien que la continuité consiste à présenter les mêmes artistes que

[573] *Ibid.*

[574] *Ibid.*

ses prédécesseurs, le projet de renouveler les publics implique le fait de cesser quelques collaborations pour en ouvrir de nouvelles :

> « Une autre problématique c'était la question du public vieillissant. Je l'ai bien vu. […] C'est-à-dire que des bons clients, même s'ils m'ont accueilli avec beaucoup de gentillesse, pour eux, avec le départ de Serge et Brigitte se tournait une page. […] Et quand on regarde la moyenne d'âge des céramistes, c'était quand même leur génération et la génération de ses clients. […] Du coup, il y avait nécessité à renouveler et les artistes et les clients. En général ça va ensemble[575] »

Cette tâche difficile, du fait qu'il s'agit d'une zone rurale et que les moyens financiers limités de la population locale fera tourner la focale vers une population (dont beaucoup d'étrangers) possédant des résidences secondaires au sud de la France (encore une fois, il s'agit d'un public âgé). Le vieillissement de publics est indéniablement une des problématiques du monde de la céramique. Cibler des populations plus jeunes est donc une priorité. Pour ce faire, les outils que la directrice de Terra Viva emploi, relèvent notamment de l'audiovisuel et le numérique, développant par exemple sa présence au sein des réseaux sociaux, en réalisant de courtes vidéos, et par l'implication au sein de manifestations culturelles (le festival européen de céramique Terralha…).

Ces deux portraits de galeries de céramique rendent visibles combien le négoce de la céramique compose un fragment du marché de l'art caractérisé par sa spécialisation et le travail polyvalent de ceux qui les dirigent. Les difficultés financières se trouvent articulées à une pluralité de contraintes sociales : médiatisation limitée, milieu vieillissant et restreint, freins symboliques, freins physiques, ainsi qu'à la méconnaissance de ce monde. À la question de l'invisibilité de la céramique au sein du marché de l'art, s'agrègent les enjeux d'un travail vocationnel, dont le sentiment de responsabilité de contribuer à mieux connaître et faire reconnaître la céramique combinent passion, engagement et de pratiques sociales et économiques fortement codifiées.

---

[575] *Ibid.*

4. Les ventes aux enchères et le deuxième marché

Récit de la vente aux enchères de la collection Alain Girel

Image. Vente aux enchères Alain Girel, Chasselas, 2014

Collectionneurs, amateurs, amis et curieux sortent de l'atelier, la maison et les différentes pièces composant la maison d'Alain Girel[576] et de son épouse Jeanne Grandpierre. Ils ont fait le tour de la maison à la découverte des objets de la collection de l'artiste que seront mis en vente aux enchères au cœur du Beaujolais, dans le village de Chasselas. Il fait beau et des chaises sont disposées dans le jardin. Autour d'une petite buvette tenue par le maire se trouvent les amis, la famille et quelques collectionneurs. Ils échangent des histoires sur un objet repéré, sur la céramique, mais aussi et surtout, des souvenirs sur l'homme qui est derrière cette collection. Nous sommes à quelques heures de la première des deux vacations de la vente aux enchères de la collection du céramiste Alain Girel, assurée par Maître Jérôme Duvillard[577], commissaire priseur au Quai des Enchères-Mâcon. Elle est transmisse en ligne[578] et l'exposition sur place ouverte à la visite le jour précédant la vente et les matinées des jours des ventes. Plus de 700 objets sont mis aux

[576] Alain Girel, céramiste français né en 1945 et mort en 2001. Après avoir vécu à la Borne dans les années 70, il s'installe à Chasselas avec sa compagne Jeanne Grandpierre, vers les années 80 dans une maison qu'il rénove entièrement. En plus de son activité de céramiste, Girel a été enseignant à l'école des beaux arts de Macon, puis commissaire de nombreuses expositions et a occupé divers postes administratifs pour des institutions liées à l'artisanat d'art. Sa réputation s'est aussi construite à partir de son implication dans le milieu de la céramique. Son œuvre était admirée par François Mitterrand.

[577] Il est intéressant de noter que la céramique est devenue pour Maitre Duvillard un domaine où il s'est peu à peu spécialisé. La mise en vente aux enchères de plus de 250 pièces de céramique à Macon, le 24 septembre 2016, en est une des illustrations les plus récentes. Source : http://www.interencheres.com/en/maitre-jerome-duvillard-and-quai-des-encheres-sarl-ie_e240.html - Consulté le 30 septembre 2016.

[578] La vente était retransmise en directe sur le site : www.interencheres-live.com

enchères, pendant ces trois jours : les œuvres d'Alain Girel, de son épouse et de nombreux noms de la céramique tels que Jean Lerat, Pierre Bayle, Anne Kaersjgaard, ainsi que les meubles et divers objets du quotidien de l'artiste. Le catalogue de la vente se trouve entre les mains de nombreuses personnes présentes[579]. Il est 14 h et le commissaire-priseur est debout devant son pupitre. À sa gauche se trouvent ses clercs, assistantes et comptables. Le premier lot est annoncé, le prix d'estimation de base est dit et les enchères commencent : des chiffres, des signes de la tête, de la main s'expriment… Tout va très vite. Le commissaire-priseur exclame « adjugé[580] » et on passe au lot suivant. Le numéro d'identification du lot est apporté par le clerc à l'enchérisseur, qui va payer l'achat avec de l'argent en liquide, carte bleue ou par chèque. Les objets partent. Parfois le commissaire s'exclame « incroyable ! Une pièce comme ça ? Personne ? » Puis c'est au tour du lot suivant. Le tempo de la vente est mené par le commissaire priseur et l'atmosphère est dictée par son tempérament : « Le tempo de la vente dépend beaucoup, mais pas seulement, de la rapidité avec laquelle le commissaire — priseur recueille et énonce les enchères, car c'est en général lui qui dit les prix et décide de leur progression, montrant ainsi qu'il est le maître des enchères[581] » Certaines propositions sont données en ligne (fréquemment cela se fait aussi par téléphone, mais ce ne fut pas le cas pour cette vente) ce qui induit un jeu entre plusieurs espaces de manière concomitante. Parmi les objets qui n'auraient pas trouvé d'enchérisseur, certains seront présentés dans d'autres ventes (spécialisées ou pas). Les nouveaux propriétaires récupèrent leur lot et repartent aussitôt. D'autres récupèrent leur achat à la fin de la vacation (si l'objet est trop encombrant, ils peuvent le différer de quelques jours).

Cette vente aux enchères spécialisée porte comme singularité non seulement d'avoir eu lieu dans le domicile de l'artiste (et du collectionneur qu'il était), mais aussi d'être organisée plus de dix ans après sa disparition. La dispersion d'une collection privée par vente aux enchères constitue un deuxième marché de l'art, puisque les prix des objets ont déjà été fixés une première fois. Les ventes aux enchères publiques établissent les cotes des artistes qu'ils présentent. Les coûts d'organisation de cette vente sont élevés, notamment liés au travail d'expertise des objets, la vente elle-même, mais aussi de réalisation du catalogue. Le catalogue communique les informations des lots, les estimations et quelques images. En dehors de cette fonction informative, le catalogue est un outil de communication (il est

[579] Il est vendu au prix de 2 euros, mais il est offert aux experts, connaissances et certaines personnes intéressées et intéressantes pour la vente. Le catalogue peut effectivement constituer un objet-souvenir de la vente, qu'on ait acheté ou pas.

[580] Le terme « *adjugé* » vient du latin *adjudicatum* qui signifie "attribué par jugement", est prononcé pour marquer l'attribution d'un bien lors de la vente.

[581] Rolande Bonnain-Dulon, « Enchères et émotions », *Ethnologie française*, 1 septembre 2001, Vol. 31, n° 3, p. 511‑526.

généralement envoyé aux experts et amateurs environ trois semaines avant la vente) et joue également le rôle d'échantillon. Selon Rolande Bonnain-Dulon, le catalogue sert aussi à distinguer matériellement et symboliquement une vente des autres : « Le catalogue a une autre fonction qui déborde l'information stricte : établi par un ou plusieurs experts, il garantit l'authenticité des objets, car il n'y a pas de vente avec catalogue sans expert confirmé. Sans nom d'expert porté sur le catalogue, celui-ci ne serait qu'une simple liste, un banal aide-mémoire[582] ». La réussite de la vente ne dépend pas uniquement des résultats financiers, mais du double couronnement en public de l'artiste, lequel agit comme une sorte d'hommage à son œuvre, sa vie et son activité d'amateur d'art. En effet, le « collectionneur qui a réuni ces objets par ses efforts et ses sacrifices : elle (la vente) récompense devant tous, matériellement et symboliquement, son œil et son goût[583] ». L'intérêt pour le bureau d'étude en charge de la vente doit ainsi être en accord avec les propriétaires des objets. Cette vente en particulier s'est vue récompensée par l'assistance nombreuse et hétérogène (surtout pour un lieu aussi éloigné des grandes villes), et plus particulièrement par l'action d'un galeriste Newyorkais, ayant enchéri sur un grand nombre de pièces d'Alain Girel, via internet et dont l'anonymat avait été préservé. Cet élément a effectivement attribué une valeur accrue à la vente, non seulement en faisant monter les prix des objets, mais symboliquement de par l'intérêt que ce monsieur "X " suscitait au sein de l'audience. Si les objets enchéris concernent des œuvres signées Alain Girel et autres céramistes reconnus (mais aussi moins connus ou anonymes), des objets du quotidien (objets décoratifs et utilitaires, et d'autres objets plus ou moins insolites comme son phonographe, un confessionnal, des poteries populaires) se trouvent aussi les outils de son activité professionnelle de céramiste (four, matériaux, outillages divers). Il s'agit ici aussi de mettre en scène la vie et le travail de l'artiste, au cœur de l'espace de vie et de création, c'est à dire de la dimension symbolique du métier d'artiste. À la dimension théâtrale de la vente aux enchères s'agrège donc cette publicisation de la vie intime de l'artiste. L'expérience peut ainsi être rapprochée de la visite de l'atelier comme un vecteur de la patrimonialisation de la culture de métier du céramiste. La vente aux enchères constitue ainsi une pratique codifiée où se mettent en scène les changements de propriété et de valeur. L'invention de ces pratiques sociales remonte

[582] *Ibid.*

[583] *Ibid.*

à l'antiquité dans le but de fixer les prix et de désigner les propriétaires des biens rares. En France, le terme « criée » désignait vers la fin du XIII siècle les ventes sur les voies publiques. L'opération de vente par des propositions successibles que l'on connaît aujourd'hui s'est constituée à l'époque moderne par l'action de l'enchère qui signifie « rendre plus cher ». En France, le lieu des ventes aux enchères par excellence est la Maison Drouot, installé rue Drouot depuis 1852. Rolande Bonnain-Dulon avance que l'observation de ces « rituels » nous renseigne que « s'il n'existe pas de rapports sociaux sans la médiation des objets, ceux qui accompagnent le transfert de ces derniers sont caractérisés par la fluidité et l'instabilité, propres à nos sociétés actuelles qui prônent l'individualité, mais gardent la nostalgie d'autres modes de vie[584] ». Celle-ci s'articule selon l'auteur à la société du spectacle couplée de la pratique de la concurrence. Le monde des ventes aux enchères s'avère fascinant surtout lorsqu'on y assiste pour une première fois. La cadence des ventes, l'ambiance codifiée et l'audience experte surprennent. À Drouot par exemple, il est fréquent de retrouver des ventes spécialisées en céramique parmi les dizaines des ventes quotidiennes ou des pièces disséminées au sein d'une collection généraliste. Mais pour Frédéric Bodet, le deuxième marché de la céramique observe un déséquilibre d'un coté à cause de la difficulté des ventes aux enchères à établir la cote que les galeries espèrent, et de l'autre, parce que les collectionneurs investissent très peu ce marché :

> « Il y a une espèce de conflit entre le fait que ces céramistes se débrouillent seuls. Qu'ils vendent à leurs proches. Et que justement les galeries n'arrivent pas à constituer un marché stable et exclusif. Un rapport exclusif, à conserver un artiste de manière exclusive pendant un certain nombre d'années afin d'établir une cote. Et que cette cote maintenant les ventes aux enchères essayent de constituer des cotes pour les artistes, qui sont des artistes un peu historiques […] Et que de toutes façons cette cote est toujours inférieure à ce que les galeristes ont essayé de mettre en place des années avant. C'est quelque chose de très déséquilibré[585] »

---

[584] *Ibid.*

[585] Extrait de l'entretien avec Frédéric Bodet, Conservateur Cité de la céramique de Sèvres, collectionneur. Enquête de terrain 2014

Observer le marché : le groupe « Phoenix »

En 2012 s'est créé un groupe nommé « Phoenix » dans le cadre des initiatives portées par le Club de collectionneurs de céramique « Les céramophiles » avec l'objectif d'observer le marché de la céramique contemporaine en France. Un an plus tard, en juillet 2015, lors de l'Assemblée générale du Club à Paris, Bruno Estienne (collectionneur et directeur du site www.collectioncermaique.com) présentait le premier compte rendu du travail effectué par le groupe. Bruno Estienne expliquait qu'il s'est réuni à plusieurs reprises avec dix autres membres du club pour établir un protocole d'observation et ensemble ont réalisé une dizaine d'entretiens avec différentes personnalités du monde de la céramique, donnant pour résultat un premier état des lieux et quelques propositions pour contribuer au développement d'un marché jugé « peu spéculatif ». Ce rapport d'étape partait des faiblesses du milieu. Selon le groupe, les maisons des ventes aux enchères « établissent la cote de l'artiste, mais ont une action limitée à la création des valeurs parce qu'ils publient peu de catalogues et montrent un intérêt limité pour le milieu » (est citée la maison d'enchères Audap-Mirabaud comme étant la plus active dans le domaine). S'observe également le nombre réduit de galeries spécialisées et leur faible représentation dans les salons internationaux et d'art contemporain. Il est également avancé que le public de la céramique est âgé et n'ayant que peu de moyens financiers. Sous le ton de la plaisanterie, le terme « radin » est employé : « Ils veulent acheter que des bols à 50 euros ». Cela s'explique, selon le groupe, par le fait que la céramique n'est pas « rentable » ce qui a pour effet la disparition de marchands spécialisés en céramique. Le groupe affirme également que les plus grands acheteurs de céramique contemporaine française sont des étrangers : « La céramique française contemporaine est plus appréciée à l'étranger qu'en France ». Les galeristes sont décrits comme étant très critiques de la vente directe (marchés potiers, ateliers), perçue comme de la concurrence déloyale. Enfin, le groupe « Phoenix » note l'absence de céramique contemporaine dans les grandes collections d'art contemporain, notamment au Centre d'art, Pompidou. Certains voient dans ce choix un déclassement de la céramique au sein du monde de l'art contemporain, mais d'autres rétorquent que la céramique contemporaine est représentée au Musée des Arts décoratifs, afin d'attribuer à la céramique une place à part entière. Enfin, le groupe préconise que les acteurs doivent s'organiser pour mettre en œuvre de grandes manifestations à échelle internationale à Paris, avec pour objectif de montrer la richesse de la création céramique contemporaine, permettant de connecter le marché privé et le public autour des mêmes objectifs.

5. Un marché pluriel, instable et paradoxal

Ces différents espaces où circulent les objets montrent d'une part la fragmentation et les difficultés de consolider un marché stable et porteur. Le premier facteur concerne la prise en charge de la commercialisation par les céramistes eux-mêmes, comme le

signale Nanny Champy. La céramique demeure en effet peu intéressante pour les galeries à cause des tarifs significativement bas. Sur ce point, les logiques de représentation des galeries de céramique diffèrent de celles des galeries d'art contemporain par leur faible participation lors des rendez-vous internationaux, à cause de leur limitation financière. Pour Théo, collectionneur, l'état précaire de certains céramistes est déterminé par le choix qu'ils font à l'heure de se positionner au sein des différentes filières de l'art : selon s'ils décident de postuler dans une galerie d'art contemporain ou d'une galerie de céramique, d'une foire d'art contemporain ou d'un marché de céramique. Autrement dit, les stratégies de positionnement n'auront pas le même impact sur la carrière que sur le monde de la céramique.

> « Il y a une autoproclamation […] Puis il y a une reconnaissance extérieure, qui est une reconnaissance qui se frotte au monde marchand, de l'exposition, aux lieux où l'on se montre. Et en France, il y a deux filières : une filière céramique avec des galeries qui s'intitulent galeries de céramique, avec des foires de céramique, des expositions de céramique. Et puis il y a de l'autre côté, des foires d'art contemporain, des galeries d'art contemporain à tous les niveaux […] Quand vous voulez exister, vous-êtes quelqu'un qui utilise la terre, vous êtes jeune, vous venez de débuter : à qui allez-vous envoyer un dossier pour pouvoir exposer : à Céramique 14, à Mac 2000 ou au Salon d'Automne ? Et ça, c'est un choix de positionnement […] On est aujourd'hui dans un monde où on demande à des gamins de choisir en CE2 de choisir des filières. Alors pour moi c'est un problème de filière[586] »

Les céramistes que choisissent donc de persister dans les filières de la céramique, seront confrontés aux difficultés d'exposer dans des petites galeries non reconnues internationalement et resteront cantonnés à l'« entre soi » de la céramique. Même si pour certains ces espaces fonctionnent comme des tremplins. C'est le cas de l'artiste Kristin Mckirdy qui exposait à ses débuts aux Journées de la céramique de Sain Sulpice, puis dans la galerie Moderne, une galerie de design de Pierre Staudenmeyer, et aujourd'hui à la galerie Jousse (galerie parisienne d'art contemporain et de mobilier d'architecte) :

[586] Extrait de l'entretien avec Théo, collectionneur. Enquête de terrain 2014

> « Elle a été en résidence à Sèvres, c'est quelqu'un qui a un parcours très accompli. Si son nom est très proéminent en France, c'est parce qu'à un moment donné, elle est sortie du milieu habituel de la céramique. […] Le fait qu'elle expose dans cette galerie de design, avec une clientèle très différente, avec des formes contemporaines ayant une filiation par rapport à des formes qui ne sont pas seulement des formes de la céramique, qui peuvent dialoguer avec des créations contemporaines ou du design, a complètement changé sa cote. Elle a été regardée par d'autres milieux, d'autres collectionneurs[587] »

La galerie est donc cet espace d'exposition où se confrontent les objets, se construisent les catégories, mais elles se déconstruisent aussi. La manière dont les œuvres sont montrées, décrites, contribue à gommer les frontières, mais aussi à créer des lignes de rupture entre les domaines. Le choix de filière s'articule donc au langage appliqué sur l'objet en tant qu'art contemporain ou dans sa spécificité céramique.

> « Il y a des céramiques qui en étant contenant ou en étant à l'origine conçues pour être éventuellement utilisées, en fait le regard qu'on peut porter sur elles, c'est un regard artistique. Ces sont des pièces que par leur qualité, leur réflexion, leur inventivité, sont des pièces artistiques, et pourraient être exposées dans des galeries d'art contemporain[588] »

Si la distinction entre objet utilitaire et artistique s'est longtemps limitée à une section de l'art contemporain « dépréciatrice » de l'objet et de la fonction, la céramique d'*usage* peut bien être considérée dans sa dimension artistique à travers la mise en exposition. Pour Frédéric Bodet ces distinctions résultent d'un manque de connaissance chez de nombreux prescripteurs de l'art contemporain sur l'histoire de la pratique et de ses nouvelles approches. Et si aujourd'hui certaines galeries d'art contemporain se tournent vers ce médium auparavant déprisé, c'est en partie grâce aux grands noms de l'art contemporain ayant affirmé leur attachement pour la céramique : « Je pense que c'est sans doute, ces grands noms aussi, qui ont été les

[587] Extrait de l'entretien avec Frédéric Bodet, Conservateur Cité de la céramique de Sèvres, collectionneur. Enquête de terrain 2014

[588] *Ibid.*

moteurs pour que la céramique soit appréciée d'un public large et pour convaincre des grandes galeries de montrer de la céramique. Mais il faut que ces galeries fassent leurs propres recherches[589] ! » Frédéric Bodet relate que pendant des années, des grandes galeries auraient incité aux artistes comme Barceló à transformer leurs œuvres en terre en bronze et « il a fallu que Barceló soit convaincu qu'il ne fallait pas le faire, parce qu'il était passionné par la terre ». Si bien les premières pièces de l'artiste catalan ont été finalement transformées en bronze « puisque les galeries estimaient qu'ils ne vendraient pas des pièces qu'ils considéraient fragiles par leur aspect et qu'elles étaient persuadées que les collectionneurs ne suivraient pas[590] », Barceló a continué sa production en céramique et de ce fait, des collectionneurs ont suivi son travail, et par la suite, des galeries aussi. Le marché de la céramique contemporaine est un système à deux vitesses. Le premier concerne les nouvelles générations d'artistes portant un regard renouvelé sur le matériau, mais considérées comme étant trop portées sur la communication au détriment de la création :

> « Il y en a qui savent communiquer, mais qui communiquent plus qu'ils ne créent. Qui sont plus dans la recherche du client, de la résidence, de la représentation de soi, plus que de l'effectivité de leur travail, de la profondeur de leur travail. Le développement de l'artiste lui-même, de la figure de l'artiste, prend le devant[591] »

La deuxième vitesse concerne la vision affective du milieu des céramistes vis-à-vis de leur métier entraînant ainsi des faiblesses du point de vue communicationnel, commercial, voire de distance nécessaire à l'innovation créatrice.

> « Je comprends de la part de ces céramistes qu'ils aient une vision de leur métier beaucoup plus affective, qu'ils doivent vivre de ce qu'ils produisent. Mais souvent les céramistes montrent trop, trop de pièces à la fois, se répètent. […] Il y a un quotidien du travail de la céramique, qui fait que les céramistes s'interrogent moins, ou se positionnent moins à la spatialité, à la mise en exposition. Ils ont moins de rigueur par

589 *Ibid.*

590 *Ibid.*

591 *Ibid.*

> rapport à la présentation de leurs œuvres, leur sens. Ils ne développent pas assez la conceptualisation. Certains présentent trop de pièces à la fois, ou sont maladroits dans la disposition. Il y a un isolement, ils sont très rarement confrontés au regard extérieur, à des regards critiques[592] »

Ainsi, diverses situations régulent l'état de fragilité de ce marché : un cercle d'amateurs restreint, le nombre réduit d'expositions, un certain renferment professionnel… :

> « C'est aussi le fait qu'ils travaillent toujours en vase clos, avec un petit milieu qui les suit, qui les achète. Et il n'y a pas assez d'expositions, ou pas dans des endroits où il y a une réflexion sur la manière dont les pièces doivent être présentées, éclairées, communiquées. Ce manque de regard extérieur et de rigueur extérieur tue quelque chose dans l'œuvre, dans l'évolution d'un travail. Il y a un renfermement, chez beaucoup des gens qui auraient pu développer une qualité artistique d'un travail, mais qui n'ont pas rencontré les bons endroits. Qui sont trop isolés. Et ça on ne peut pas leur reprocher évidemment[593] »

C'est ainsi que la génération de céramistes d'art, réalisant un travail du quotidien, se situe sur un champ de production précaire aux choix communicationnels et de visibilité médiatique incertains. Mais, en avançant que « ça, on ne peut pas leur reprocher évidemment », Frédéric Bodet accentue l'admiration pour le sacrifice des céramistes envers leur travail de création et les modes de vie qui vont avec.

[592] *Ibid.*

[593] *Ibid.*

Conclusion : Un marché précaire mais fort de ses singularités

Marchés potiers, salons, ateliers/boutiques, galeries, ventes aux enchères ; le marché de la céramique est configuré d'espaces se développant à différentes vitesses. Ce marché se caractérise par son inscription au sein d'un système de commercialisation précaire et peu spéculatif mais constant. Du marché potier Argilla à Aubagne aux Journées de la céramique de Saint Sulpice, nous avons passé en revue divers positionnements face à l'atomisation du marché de l'art. Les cas des galeries Médiart et Terra Viva, ainsi que la vente aux enchères de la collection d'Alain Girel renseignent aussi sur les polarisations de ce marché instable, mais sur lequel se mobilisent les dynamiques issues d'un projet dépassant l'ordre économique, mais rejoignant les cadres de l'engagement et de la passion. L'étude de ces espaces a fait émerger l'hypothèse de ce marché en tant que sous-marché de l'art contemporain. Et malgré la précarité et les difficultés à construire la notoriété à l'extérieur de ce monde, il s'opère une négociation entre l'idéologie du métier et les lois du marché. Ce que ressort de ce chapitre est la façon dont les céramistes tout comme les amateurs, assument le rôle d'intermédiaires et font de ce marché, un système économique aux valeurs mixtes et ambivalentes sur lequel se tissent des liens paradoxaux de plusieurs marchés. Même si la présence de l'artiste sur le devant du marché et la diversification entraînent des fortes instabilités, la céramique bascule d'un marché à l'autre sans se soucier des enjeux et des tensions, mais comme un mécanisme de défense de la culture artistique d'origine. À travers l'espace du marché, il devient ainsi observable combien les céramistes et amateurs de céramique ne semblent pas être prêts à abandonner leur socle culturel afin d'obtenir la reconnaissance du marché artistique contemporain. Les relations commerciales et propriétés du marché demeurent guidées par les valeurs professionnelles tout comme par les attentes d'un public expert et amateur. Cela corrobore l'existence d'un modèle paradoxal aspirant à intégrer le marché de l'art contemporain, mais qui n'est pas près de renoncer à son système idéologique, de normes et d'éthiques pour se fondre dans un autre monde. Il devient donc possible d'imaginer les structures d'une économie artistique parallèle de plus en plus en adéquation avec les principes économiques et politiques alternatifs, mobilisant des paramètres positionnés par un cadre de valeurs humaines (puisés dans le système idéologique défendu par les professionnels et amateurs) en marge du marché dominant et sous le seau de la résistance.

CONCLUSION DEUXIEME PARTIE : De l'instabilité du système d'intermédiation à la négociation idéologique

Le système d'intermédiation de la céramique assure, comme pour les autres champs artistiques, la construction des valeurs esthétiques et commerciales. De l'institution à la galerie, ces espaces deviennent aussi des instruments d'observation des pratiques de l'échange, des interactions et des manières de penser la construction de la valeur à travers les faits économiques et sociaux. Howard Becker donnait à voir l'importance de la coopération des acteurs de l'art dans la construction des mondes de l'art. Raymonde Moulin montrait aussi les enjeux d'un marché de l'art mondialisé avec l'intégration de nouveaux acteurs. D'autres auteurs ont mis en lumière à leur tour qu'il est aussi question d'occasions d'accès à des lieux de révélation de la valeur artistique et de reconnaissance[594].

Cette partie s'est proposé de montrer combien les valeurs sont variables et déterminées par les dynamiques d'échange, de circulation ainsi que par l'implication des créateurs, des publics (amateurs, collectionneurs, néophytes), de l'institution, des dispositifs d'exposition et de diffusion. Si bien, ces entités sont les dépositaires du pouvoir de distribution des points permettant l'accès à la notoriété et la reconnaissance, ils fonctionnent aussi comme des filières réservées à certaines disciplines et dont la céramique semble être parfois exclue. À travers les travaux d'Anne Jourdain et les témoignages des acteurs divers (acteurs institutionnels, galeristes, collectionneurs) il a été possible de saisir la construction d'un marché de l'art et de l'artisanat d'art en France, porté par de normes et éthiques spécifiques, lequel aspire à se constituer comme une voie alternative au modèle hégémonique de l'art contemporain. Le bilan de l'évolution du système intermédiaire de la céramique — ses structures de diffusion et de vente — montrait l'action des acteurs sociaux et institutionnels élaborant les cadres normatifs, et les compétences coordonnant un système encore et toujours guidées par les politiques culturelles issus de la dialectique de clivages historiques sur les disciplines, matières, métiers, etc. C'est pour cette raison, que la supposée autonomisation et stabilisation du système d'intermédiation de

[594] Voir notamment les travaux de Delphine Naudier, Sévérine Sofio, Wenceslas Lizé, Dominique Sagot-Duvaroux, Olivier Roueff, entre autres.

la céramique peine à obtenir les effets attendus, notamment en termes des prix, de reconnaissance institutionnelle, d'internationalisation et d'accession aux espaces de la notoriété de l'art contemporain international.

> L'analyse de ces mondes complexes s'est constituée d'abord par l'observation des lieux où s'effectue la transmission des normes et des codes du métier. Que ce soient au sien des écoles, des rencontres professionnelles ou de centres de création, la transmission des techniques et de l'identité collective s'accompagne aussi d'un désir de transformation des cadres structurants les mondes de l'art. À travers l'expérience échouée du centre de recherche et de création céramique (CIREC), mais exécuté des années plus tard avec des orientations plus contemporaines (CRAFT), se remarquent les tensions de ce milieu fortement polarisé. Le développement sans précèdent du milieu muséal[595] et les changements des mondes de l'art, ont encouragé la redéfinition des logiques institutionnelles au sein des institutions comme la Cité de la céramique, Sèvres, en lien avec l'art contemporain par des choix stratégiques et de soutient à la création (notamment les programmes de résidences) révélant toutefois des malaises chez les céramistes d'art et céramistes contemporains, lesquels se sentent oubliés au bénéfice des artistes contemporains qui intéressent le marché de l'art. Ce phénomène est visible aussi au sein de l'exposition Ceramix (et d'autres manifestations de nature semblable[596]) dont la forte médiatisation a fait émerger plusieurs débats sur l'affirmation de la céramique en tant que culture matérielle et singulière, et sur la distance avec son essence artisanale. L'étude des effets médiatiques et sociaux de la réception a permis d'identifier plusieurs paramètres de la négociation idéologique s'y opérant. Aussi, les logiques économiques et singularisantes qui sous-tendent les marchés de l'art (marchés potiers, salons, ateliers/boutiques, galeries, ventes aux enchères…) s'accordent sur les conditions d'un modèle structuré par la valorisation de la culture céramique, teinté de précarité et d'instabilité, et caractérisé par l'implication des professionnels et amateurs mus par leur passion et très peu par des intermédiaires artistiques externes.

Les procédés de distinction opérationnels au cœur de ces espaces rendent visible la volonté des céramistes, artistes, amateurs et acteurs divers pour transformer ce système à travers l'impulsion idéologique que nourrit le monde de la céramique. L'objectif de démocratiser la céramique, de la faire reconnaître par les mondes de l'art en tant qu'art contemporain semble encore dans un état flottant.

---

[595] Sur ces sujets, il existe une importante réflexion autour des modifications des musées aux cours des trente dernières années. Nous pouvons citer par exemple la revue Culture et musées : « Musées, changement et organisation », *Culture & Musées*, 2003, vol. 2, n° 1, p. 17‑33.

[596] Circuits céramiques, la Biennale de Vallauris et autres manifestations présentent la céramique en tant que technique, sous-discipline ou histoire parallèle de l'art contemporain. L'enjeu est lié à l'engouement actuel pour la céramique dans l'art contemporain lequel ne repose pas sur le médium mais sur ce qu'on peut faire avec lui.

TROISIÈME PARTIE

Médiations et céramophilie : représentations d'une passion engagée

« Vous verrez en vieillissant, qu'on se lasse de tout. Et quelques œuvres, les plus moches et les plus ringardes, sont celles qui résistent le mieux au temps. […] On passe son temps, à vouloir plein de choses, après on passe sa vie d'adulte à se battre pour, et quand on les obtient, souvent, on n'est pas plus heureux. C'est quand même très rare les œuvres qui vous apportent la satisfaction que vous pensiez qu'elles allaient vous apporter ; parce que le meilleur moment dans tout, en amour comme dans la céramique, c'est l'attente »

Marie, collectionneuse

Si la quête d'un objectif, comme le dit Marie dans cet extrait, peut s'avérer plus passionnante que sa réalisation même, c'est au sein de ce processus complexe que se déploie le système de représentations sociales de la céramique, qu'il s'agit ici de comprendre. Cette troisième partie interroge la construction des subjectivités que fondent les représentations que se font les amateurs autour de ce monde de l'art en périphérie. Concrètement, cette troisième partie vise à explorer l'opérativité symbolique et matérielle des changements artistiques au sein de la céramique, à travers les relations entre les hommes et la céramique comme objet en ce qu'en elles se fabriquent les représentations. Il s'agit de saisir comment ces rapports fabriquent les univers de signification liés aux traitements divers de la matière, les techniques et de l'ensemble de valeurs que composent l'identité céramique. À travers la circulation, la médiation et la représentation de la céramique, celle-ci intègre un système de communication occupant de multiples espaces cognitifs venant façonner les significations et les valeurs. Notre question initiale devient ainsi : Comment se construit le modèle de l'attachement artistique autour de la céramique ? En quoi la médiation joue-t-elle un rôle dans la construction des représentations ? Qui sont les amateurs et comment se traduit leur pratique sur le monde qu'ils investissent ?

C'est à travers des expériences et dispositifs de médiation de la céramique, articulés aux témoignages des amateurs sur leur pratique, que se fonde le modèle des représentations d'un monde de l'art. La diversité d'études observées de cas aspire à mettre en lumière comment s'est formé un amour singulier pour la terre, à l'aune des changements artistiques, et avec lui, un public kaléidoscopique, mais expert dans sa passion. Pour cela, le chapitre I de cette dernière partie parcourt les différentes

situations sociales générant de nouvelles modalités de médiation, qu'elles soient interpersonnelles, participatives, classiques, etc. Aussi, il s'agit de mettre en perspective les discours contenus dans les dispositifs de médiation. Le chapitre II propose de son côté de regarder l'amateur à la lumière d'un éclairage nouveau de l'amour pour la céramique. Il est ici question de saisir les glissements entre disciplines et approches artistiques ayant fait émerger un nouveau capital porté par les amateurs comme des intermédiaires et experts. Immergé dans des dynamiques engagées — explorées notamment au sein du Club « Les céramophiles » — la recherche se propose de parcourir les diverses dimensions de l'attachement artistique, comme d'une nouvelle histoire culturelle et sociale de la céramique. L'analyse sémiologique, s'intéressant à l'opération des représentations sociales, à la manière d'Antoine Hennion dans son traité sur la passion musicale, tente ici de saisir « les traces de l'énonciation dans l'énoncé : marqueurs linguistiques, déictiques et autres (— puisque la céramique, comme —) la musique, en est remplie[597] ».

Cette troisième partie, fondée principalement sur notre enquête ethnosociologique réalisée auprès des amateurs de céramique et l'exploration des espaces où se déroule la médiation, cherche à explorer une scène artistique construite, déconstruite et reconstruite au fil du temps aux mains de ses acteurs. En adossant les discours et récits des acteurs sociaux et institutionnels aux interrogations sur la technique, l'analyse constitue une ethnographie de l'attachement et l'engagement artistiques des amateurs d'art, au sein du territoire de la céramique. Les données recueillies proviennent essentiellement d'une double enquête réalisée auprès des collectionneurs et amateurs adhérents au Club et des collectionneurs et amateurs non adhérents, que nous avons croisée. Pour le questionnaire, nous avons obtenu 70 réponses. Le temps de remplissage était calculé entre 15 et 20 minutes, mais il s'est avéré très variable du fait de ses nombreuses questions ouvertes et facultatives permettant de moduler le temps de réponse. Nous avons ensuite interrogé au total 25 acteurs (certains ayant répondu au questionnaire, d'autres non) pour des entretiens avec une durée moyenne de 3h par entretien, dont certains ont été renouvelés plusieurs fois. À cela, ajoute de nombreuses rencontres diverses sous forme d'échanges informels, lesquelles n'ont pas été enregistrées systématiquement, mais qui ont fait l'objet de prises de notes et d'images. Notre étude se veut « au plus près des situations naturelles des sujets (…) afin de produire des connaissances in situ, contextualisées, transversales, visant à rendre compte du "point de vue" de l'acteur[598] », c'est pourquoi l'analyse des résultats se trouve thématisée selon les valeurs observées.

[597] Antoine Hennion, *La passion musicale: une sociologie de la médiation*, Paris, France, Éd. Métailié, DL 2007, 2007, p. 381.

[598] Jean-Pierre Olivier de Sardan, « La politique du terrain », *Enquête. Archives de la revue Enquête*, 1 octobre 1995, n° 1, p. 71-109.

Chapitre I : Médiations de la céramique

Ce chapitre répond à deux principales intentions : la première est de comprendre comment la médiation fabrique les représentations de la céramique contemporaine et la deuxième, de saisir la manière dont elle tente de concilier la rencontre des deux versants de ce monde de l'art afin de construire l'attachement et l'engagement. Les questions auxquelles ce chapitre tentera de répondre sont : comment se transmet le système de valeurs de la céramique à travers la médiation ? Quelles sont les stratégies de présentation et de représentation de la céramique contemporaine au prisme de ses changements ?

En nous fondant sur une logique de recherche en Sciences de l'information et de la communication, ce chapitre explore les techniques de la médiation et de la communication employées à travers une analyse factuelle, c'est-à-dire sur les sens des dispositifs à l'œuvre et les liens entre les entités diverses qui la composent (l'approche introduit l'analyse subjective que suivra dans le second chapitre sur les affects). En nous appuyant sur un éventail large et hétérogène de cas, il s'agira de proposer une structuration de stratégies à l'œuvre face à la dialectique actuelle du monde de la céramique et ses différentes composantes. Catégorisées à partir de critères discursifs et de mise en application, les médiations — transverses, par l'écriture, les écritures innovantes, les médiations marketing et médiations interpersonnelles et « interobjets » — sont des espaces reprenant les rhétoriques développées par le processus d'artification et de patrimonialisation. Par conséquent, interroger les conditions de production de représentations sociales à travers les dispositifs de médiation, questionne les manières dont le monde de la céramique parvient à produire un modèle stable malgré l'existence d'ambiguïtés et de paradoxes. Nous tenterons ainsi de lire à travers ce chapitre, le système de la médiation en tant qu'opérateur de l'artification, mais dans son rôle de rénovation des représentations et d'affirmation de la double condition d'art technique et d'art contemporain.

1. Médiations de la céramique : Vers un nouveau paradigme ?

Vers une définition du concept

Le concept de médiation[599], peu évident à appréhender, renvoie à un vaste champ de pratiques. Si l'expression « médiation culturelle » est aujourd'hui utilisée comme allant de soi et comme désignant un domaine et des activités bien identifiées - à tout le moins pour les mondes de l'art et de la culture, dans les disciplines qui s'y intéressent -, force est de constater que la diversité et parfois la divergence des points de vue exposés amènent à une vision contrastée et rend la définition malaisée. Trop précise elle exclut des formes de médiation informelles, ponctuelles, actuelles ; trop élargie elle se confond et se superpose à d'autres domaines ; celui de l'animation, de l'action culturelle, de la sensibilisation, de l'éducation artistique et culturelle, etc. Souvent, elle part de l'articulation entre le sujet, sa singularité, la dimension collective de la sociabilité et du lien social[600], mais en fait « la médiation ne se résume pas à servir d'intermédiaire pour transférer un contenu d'un point A à un point B, d'un émetteur à un récepteur. Elle ne vise pas à apporter des informations sur un objet à un sujet destinataire, pas même à expliquer. C'est là une vision limitée, et pour tout dire une méconnaissance de la médiation culturelle. Celle-ci est beaucoup plus riche et a une portée plus fondamentale que cela[601] ». En effet, la médiation est aussi question de représentation, de transmission de savoirs, et surtout un processus. La notion de médiation telle qu'elle est précisée par Jean Davallon, apparaît à chaque fois qu'il y a besoin de décrire une action impliquant une transformation de la situation ou du dispositif de communication, et non une simple interaction entre éléments déjà constitués, et encore moins une circulation d'un élément d'un pôle à un autre[602]. La

---

[599] Cette définition reprend une notice collective proposée par Elisa Ullauri Lloré, Nicolas Debade, Nicolas Doduik, Sylvia Girel, « Médiation culturelle, la délicate quête d'une définition », *Public(s), pratiques culturelles et espace(s) public(s)*, s. d., http://publics.hypotheses.org/. (En cours de publication).

[600] LAMIZET, Bernard, SILEM, Ahmed, 1997, *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication*, Paris, Ellipse, p. 364.

[601] Serge Chaumier, François Mairesse, *La médiation culturelle*, Paris, Armand Colin, Coll. « U Sciences Humaines & Sociales », 2013,p. 26.

[602] Jean Davallon, « La médiation : la communication en procès ? », *MEI. Media et information*, 2003, n° 19, p. 43.

notion de médiation culturelle se définit généralement par sa fonctionnalité. Celle-ci « vise à faire accéder un public à des œuvres (ou des savoirs) et son action consiste à construire une interface entre ces deux univers étrangers l'un à l'autre (celui du public et celui, disons, de l'objet culturel) dans le but précisément de permettre une appropriation du second par le premier[603] ». Des outils d'aide à la visite aux actions proactives[604], « les médiations désignent plus largement les dispositifs et les catégories d'acteurs qui participent à leur conception, puis à leur diffusion-mise en œuvre[605] ». La médiation culturelle est interrogée également à partir d'une hétérogénéité de postulats : les enjeux de l'évolution des politiques culturelles –de l'action culturelle au projet de démocratisation culturelle[606]- la relation entre les publics et les musées[607], la construction du lien social[608], sa dimension symbolique[609] du fonctionnement médiatique de l'exposition[610] en tant que « passage » vers une expérience sensible[611], etc. Nous pouvons admettre alors que face à une œuvre, chaque expérience esthétique est singulière et qu'« il n'y a ni bonne réponse ni vérité et qu'il n'existe que des manières de présenter, de fonder en raison son sentiment[612] ».

---

[603] Ibid., 38.

[604] Elisabeth Caillet catégorisait les médiations d'art contemporain en : « implicites » (ensemble de dispositifs, des moyens et des acteurs qui participent dans la chaine de la médiation) « proactives » (tout ce qui autour des œuvres donne à lire l'œuvre mais ne se substitue pas à elle), « indirectes » (procédures et interventions) ou « actives » (ensemble d'actions en direction de différentes catégories de publics en vue d'un accompagnement vers l'appréciation ou l'interprétation de l'art contemporain).

[605] Élisabeth Caillet et Daniel Jacobi, *Les médiations de l'art contemporain*, vol. N°3, Culture & Musées, 2004, 14.

[606] Marie-Christine Bordeaux et François Deschamps, *Éducation artistique, l'éternel retour ?: une ambition nationale à l'épreuve des territoires* (Toulouse, France: Editions de l'Attribut, DL 2013, 2013).

[607] Élisabeth Caillet et Évelyne Lehalle, *A l'approche du musée, la médiation culturelle* (Lyon, France: Presses universitaires de Lyon, 1995).

[608] Jean Caune et David Lescot, *La démocratisation culturelle: une médiation à bout de souffle* (Grenoble, France: Presses universitaires de Grenoble, 2006).

[609] La médiation culturelle remettrait en cause la force communicationnelle immédiate et universelle de l'œuvre et se caractériserait en tant que modèle d'éducation non formelle (en opposition à l'éducation formelle proposée par l'école).

[610] Davallon, « La médiation »; Davallon, *L'exposition à l'oeuvre*.

[611] Jean-Charles Bérardi, Nicole Ramognino, et Constance de Gourcy, *Prolégomènes à une sociologie de l'art: les formes élémentaires de l'échange artistique et son procès* (Paris, France: l'Harmattan, 2009).

[612] Nathalie Montoya, « Construction et circulation d'ethos politiques dans les dispositifs de médiation culturelle », *Terrains & travaux*, n° 13 (s. d.): 7.

Selon Marie-Christine Bordeaux la médiation culturelle fait partie de ces « fonctions qui mettent au cœur de l'activité culturelle non seulement la question des publics, mais aussi celle de la transmission, de la diffusion du goût pour les formes contemporaines, de l'accompagnement des différentes formes de pratiques[613] ». Celle-ci désigne l'objectif non satisfait de justice sociale dans la répartition des biens culturels ainsi que le besoin de refonder sur d'autres bases le paradigme général de la démocratisation culturelle et son approche émancipatrice de la transmission des biens culturels s'inscrit en tant qu'héritière des enseignements de « l'éducation populaire ». Ainsi, la « méditation culturelle pourrait constituer, comme l'avance Laurent Fleury, le lieu où se retrouvent les idéaux promus par « l'action culturelle prisée dans les années 1960, l'animation culturelle critiquée en 1968, le développement culturel promu par Jacques Duhamel dans les années 1970 et ce qu'il est convenu d'appeler, depuis les années 1990, la médiation culturelle, c'est-à-dire l'application d'une politique de démocratisation culturelle[614] ».

Repères sur la démocratisation et démocratie culturelle

Les notions de « démocratisation de la culture » et de « démocratie culturelle » correspondent à différentes conceptions de la culture et de sa relation à la société. Toutes deux participent de la construction conceptuelle de la médiation culturelle qui est indissociable de l'enjeu politique[615]. Ces termes ont été consacrés à différents types d'intervention de l'état en termes de sensibilisation et d'accompagnement du rayonnement culturel et patrimonial français. Alors que la démocratisation insistait sur la transmission directe des codes définissant la

[613] Marie-Christine Bordeaux, « La médiation culturelle en France, conditions d'émergence, enjeux politiques et théoriques » (Colloque international sur la médiation culturelle, Montréal, 2008), 1.

[614] « L'influence des dispositifs de médiation dans la structuration des pratiques culturelles. Le cas des correspondants du Centre Pompidou » par Laurent Fleury Lien social et Politiques, n° 60, 2008, p. 13-24. Disponible en ligne http://id.erudit.org/iderudit/019442ar

[615] Ces deux modèles visent à effacer les distinctions sociales dans l'accès à la culture. La démocratie culturelle, née d'une vision relativiste de la culture induit un mode d'intervention décentralisé et fondé sur la distribution des pouvoirs entre les autorités publiques, les professionnels et les citoyens. En faisant valoir une conception plurielle de la culture en y incluant les *cultures populaires*, elle défend l'idée selon laquelle l'action culturelle doit permettre aux groupes sociaux ancrés au sein des processus de domination culturelle, d'acquérir les moyens de leur propre accession culturelle. La démocratie culturelle est présentée sous une logique ascendante, partant des pratiques culturelles pour construire un scénario de la culture pour tous (les expressions culturelles et artistiques des diverses composantes des populations ont autant d'importance que les œuvres légitimées). La démocratisation culturelle de son coté, vise ainsi à permettre l'accès à tous de la culture et des productions artistiques légitimées au sein des mondes de l'art (instances culturelles officielles, acteurs experts, cercles de reconnaissance et de la notoriété). Présentée selon une logique descendante, la démocratisation culturelle part d'en haut vers les publics et lesdits « non-publics ». Ainsi, démocratie et démocratisation culturelle incarnent l'une et l'autre des modèles de légitimité politique opérationnelles au sein de la médiation culturelle.

Culture (sous l'inflexion d'André Malraux dès 1958) à travers un soutien et une valorisation de la création. La démocratie culturelle renvoie de son côté à l'alternance politique et la nomination de Jack Lang au ministère de la Culture en 1981. L'accompagnement des pratiques, la sensibilisation et surtout la reconnaissance de différentes cultures se retrouvent réunis et défendus au sein de ce ministère. Les différentes formes de « culture populaire » (cinéma, photographie, bandes dessinées, variétés, rock, rap, photographie, cirque, cinéma…) sont alors reconnues comme des arts à part entière. Le rôle de la médiation en tant que telle se voit alors évoluer vers une nouvelle forme de « contact » et de transmission, moins « verticale ». Il n'y a plus la distinction d'une « culture cultivée » à enseigner, mais élaborer un échange de connaissances et de points de vue (en fonction des expériences esthétiques définissant chacun des individus constituant une forme de public[616]).

Malgré une reconnaissance grandissante, la médiation culturelle n'est pas toujours mise en œuvre : par manque de moyens humains et matériels ou en raison de l'idée que certaines médiations (surtout écrites) ne correspondraient pas aux attentes des publics qui seraient venus se délecter et non pas apprendre[617]. Cependant, de plus en plus d'institutions culturelles et artistiques développent des études de publics, afin de mieux connaître les attentes et les réalités de ces derniers en vue de favoriser l'accès. La pluralité d'approches de la médiation culturelle s'ajuste aux formes de création, aux auteurs-médiateurs ainsi qu'aux publics auxquels elle peut s'adresser. Dans notre cas, la médiation correspond à la charge significative communicationnelle sur un contenu afin de créer une relation avec un tiers - ici les amateurs de céramique. Nous proposons dans la section suivante, afin de mieux comprendre l'appropriation et le traitement des conceptions de la céramique, une brève typologie des médiations de la céramique, issue de l'étude de quelques expériences et dispositifs étudiés au cours de la recherche. De la sphère privée de la maison où l'on propose de choisir son bol pour le thé, aux médiations dans les marchés, dans la ville ou les musées, la céramique deviennent le terrain où se construisent et se manifestent les changements d'échelles au sein du système de représentations de la céramique. Ce regard panoramique, parmi la constellation d'actions et objets où opère la médiation culturelle et artistique de la céramique, afin de comprendre la spécificité de l'adaptation stratégique entre le monde de la céramique et le reste des mondes de l'art. Le corpus d'expériences se décline en cinq segments :

[616] Pour plus de précisions, se référer à Christian Ruby, *Abécédaire des arts et de la culture,* Éditions de l'Attribut, Toulouse, 2015, p.79-81.

[617] É. Caillet et É. Lehalle, *A l'approche du musée, la médiation culturelle*, *op. cit.*

- 1.1 Médiations en marchés : entre médiatisation marchande et réflexivité
- 1.2 Médiations transverses : démocratiser la culture céramique
- 1.3 Médiations du patrimoine céramique
- 1.4 Les écritures innovantes et la médiation numérique
- 1.5 Médiations interpersonnelles des objets

1.1 Médiations en marchés : entre médiatisation et réflexivité

Médiations en marchés

Lors de notre étude sur le marché de céramique Argilla à Aubagne dans le Chapitre V sur les espaces de commercialisation de la céramique, nous avions noté que les enjeux de la programmation de ces manifestations impliquent de plus en plus la médiation culturelle et l'animation socioculturelle. À l'intérieur de celles-ci, se distinguent cinq principales formes de médiations :

1.- La « démonstration de la virtuosité technique » (présente sous la forme d'un concours de tournage par exemple, la construction de fours et cuissons publiques, démonstration de techniques de cuisson telles que le raku).

2.- L'exposition (lors de l'édition 2013 avait lieu l'exposition Picasso céramiste et la méditerranée aux Pénitents noirs, Aubagne).

3.- Les actions d'animation socioculturelle par la pratique et des stages d'initiation, ateliers de pratique de la poterie pour les enfants et adultes, décoration de pièces, et nombre d'autres actions pour la plupart participatives et de nature très variée.

4.- L'animation événementielle : concerts, fanfares, spectacles participants du ton festif de la manifestation (en plus des moments conviviaux organisés pour les céramistes : repas collectifs, bals, etc.)

5.- L'offre d'animations hybrides : des dispositifs originaux comme le Café céramique où le visiteur peut choisir le bol ou sa tasse pour boire son café.

Montrer la céramique en train de se faire

Caractérisés par une composition hétéroclite, ces événements et manifestations culturelles en direction du grand public montrent la pluralité de formes de la céramique. Il est donc question de montrer « la céramique en train de se faire » à travers des actions de démonstration technique et du savoir-faire. Celles-ci peuvent prendre forme d'une action ponctuelle au sein d'une action plus vaste comme le marché potier, ou bien elle peut faire l'objet d'une manifestation à part entière. Le Centre de céramique contemporaine de La Borne par exemple, organise chaque année un événement nommé « Grands feux » où les fours à bois collectifs de la ville ainsi que quelques fours privés sont mis en route aux yeux du public. Ce festival autour du feu a lieu durant une semaine au mois d'octobre, et consiste à allumer en même temps environ 15 fours. Sous forme d'un circuit, ils sont près de quarante artistes céramistes à participer à l'événement. Si les cuissons sont le cœur de la manifestation, d'autres activités sont proposées au public pendant la semaine comme des ateliers, projections, conférences, soirées musicales, etc.

La mise en exposition du processus technique est un des piliers du système de médiation de la céramique. Elle fait écho à la rhétorique de la technicité en mettant en scène le travail dans l'art et va à l'encontre de ce qui est régulièrement caché dans l'art contemporain. Ces dispositifs d'exposition du savoir-faire replacent au centre une importante part de réflexivité sur le milieu professionnel. Les actions d'animation socioculturelle par la pratique de la céramique, majoritairement sous forme d'ateliers, que complémentent l'ensemble de ces projets se font le relais de l'identité du métier, en ce qu'ils permettent de prolonger l'expérience céramique. Nous les nommons

« animations socio-culturelles » puisque, comme l'affirme Élisabeth Caillet à propos de la participation, celle-ci est « une tentative de réponse à la volonté […] d'établir une démarche qui contribue à la « démocratisation » de la culture », mais en partant d'une « critique de la démocratisation de la culture conçue comme une démarche de diffusion de la culture savante vers des récepteurs ignorants », le terme de « démocratie culturelle » est plus adapté à définir ce type d'activités participatives « puisque chacun peut occuper n'importe quelle place entre auteur et récepteur[618] ».

Le café céramique

D'autres actions de médiation se présentent sous des formes hybrides comme le « Café céramique », lancée aux Journées de la céramique de Saint Sulpice. Elles sont à mi-chemin entre l'expérience sensible et la stratégie marketing. Ayant connu un fort succès, le « Café céramique » est proposé désormais dans d'autres manifestations autour de la céramique. Il est avant tout un dispositif de vente de café et de thé où le client choisit son bol parmi un ensemble de bols réalisé par les céramistes exposants. Il s'agit d'une médiation des objets par l'usage, le contact sensoriel : esthétique et matériel, laquelle soulève la considération de l'utile dans l'art et s'offre comme un dispositif permettant une entrée financière non négligeable pour l'organisation (grâce aux partenariats avec Ateliers d'Arts de France et les Cafés Méo). L'association « Paris potiers », organisatrice de l'événement met en avant l'action de boire le café/thé dans un bol de céramiste d'art en tant que rituel sensible et une expérience esthétique :

> « Un incontournable des Journées de la Céramique Paris, le Café Céramique : pendant les quatre journées, un moment de luxe et de découverte, en partenariat avec les Cafés Méo. Les visiteurs peuvent déguster leur boisson en choisissant un contenant dans une magnifique collection de bols et de tasses prêtées par la centaine d'exposants. Un rendez-vous intime avec la beauté, une rencontre qui engage toutes les formes du sensible. Le consommateur de café se métamorphose en amateur d'art, il en expérimente les émotions[619] »

---

[618] Élisabeth Caillet, *Accompagner les publics: l'exemple de l'exposition « Naissances » au Musée de l'Homme, novembre 2005-septembre 2006*, Paris, France, L'Harmattan, 2007, p. 3.

[619] Source : Site web des Journées de la céramique de Saint Sulpice. Url :

À mi-chemin entre la stratégie de vente[620] et l'action de médiation, la rhétorique « poétique » mobilisée fait l'éloge de l'expérience sensible par le contact avec la matière. Une vidéo publiée par l'association montre pendant 6 minutes des personnes admirer, toucher et se servir des bols. Dans cette vidéo on met en scène surtout le contact avec les objets et la convivialité que se dégagent des interactions entre les individus autour du dispositif : des plans rapprochés montrent les mains prenant les tasses, les bouches savourant le thé, des personnes discutant entre elles les tasses à la main. Prendre un café dans un bol en céramique agit en procédé engageant un contact auprès de personnes connaisseuses ou éloignées du monde de la céramique.

De la médiation au sein d'une galerie ?

Au sein des galeries, les actions de médiation existent surtout dans le sens d'une formation de nouveaux publics. En effet, de plus en plus de galeries introduisent des actions culturelles au croisement entre médiation et marketing au sien de leur espace d'exposition. Si bien, cela permet de donner une « vie culturelle » à la galerie en même temps qu'elles publicisent les objets, l'objectif est avant tout d'élargir le cercle réduit des publics de céramique. À côté des approches centrées sur la dimension économique de la gestion des galeries, la médiation culturelle est perçue comme un effet de l'élargissement conceptuel de la médiation culturelle, puisqu'elle réinterprète l'intermédiation par la médiation de ce que constitue pour beaucoup de galeristes leur passion. Maude Grillet, par exemple, directrice de la galerie Terra Viva, à Saint-Quentin-La poterie, conçoit ces stratégies dans une articulation de la part économique

---

http://www.lesjourneesdelaceramiqueparis.fr/pages/Cafe_Ceramique_cafe_Meo-5909596.html - Consulté le 15 juillet 2015.

[620] Le client peut l'acheter le bol, la tasse s'il le souhaite ou demander des renseignements sur le ou la céramiste qui l'a fabriqué et aller directement dans son stand découvrir son travail.

et l'outil pédagogique. Pour elle, son travail avec les publics contribue à « former le regard » :

> « Je ne dirais pas des actions de médiation, ce serait un peu pompeux dans le sens où l'on fait une publicité et on n'est pas dans une démarche où on va chercher le public comme dans les opérations de médiation. Par contre, c'est sûr que moi, je passe beaucoup beaucoup de temps à expliquer, à accueillir des gens qui sont là par hasard. […] Des fois c'est un peu fatigant, mais dans l'ensemble on forme un peu le regard, sans prétention[621] »

Aux expositions temporaires de la galerie s'ajoutent des « microévénements », de petites expositions d'artistes permanents pour des courtes durées (une à deux semaines): « Comme c'est un artiste que j'ai de façon permanente (Marc Uzan), on va lui faire une présentation de cette série de pièces noires et blanches ». Il aura donc une place privilégiée au sein de l'exposition permanente, ce qui permet entre autres, de renouveler avec périodiquement la scénographie de la galerie. Cela suscite également l'intérêt des publics en donnant une « vie culturelle » au lieu : « On essaye d'organiser ces genres de choses pour relancer la fréquentation et susciter de l'intérêt. Et que ce soit un lieu qui vive culturellement[622] ». Afin de renouveler ses publics, la galeriste investit de plus en plus les supports issus du monde numérique pour sa communication : « Au-delà des artistes, il y a la question de médias. Donc il y a Facebook, on a refait le site internet et on travaille beaucoup avec la vidéo[623] ». Et contrairement à beaucoup de galeries, Terra Viva n'édite pas des catalogues pour chaque exposition, mais de manière ponctuelle. L'expérience de la galeriste au sein des musées lui a montré que l'investissement est trop important par rapport aux retours financiers.

---

[621] Extrait de l'entretien avec Maude Grillet, directrice de la galerie Terra Viva, à Saint-Quentin-La poterie. Enquête de terrain, 2015

[622] *Ibid.*

[623] *Ibid.*

> « Moi je viens des musées, et des catalogues, il y en a plein les réserves qui sont invendus, enfin, c'est un gâchis d'argent, de papier, tout ça. Donc je me dis, une occasion bien pointue c'est chouette de faire un catalogue[624] »

On sait que la pratique du catalogue est aux sources d'un marché des connaissances. Le catalogue constitue un outil de mémoire permettant d'accroître ou d'affirmer la réputation des artistes exposés, et se fonde comme une archive de la valeur des créations. Ce sont les institutions culturelles, dont la fréquentation est tributaire des expositions temporaires, les plus grandes productrices de catalogues. Cependant, il faut noter que la pratique, déjà très répandue dès le XVIIIe siècle, est surtout l'affaire des marchands, experts et collectionneurs. D'autant plus que le catalogue est, pour l'expert « le lieu privilégié où se fixe la question du savoir[625] ». C'est surtout le catalogue dit raisonné (exhaustif) que constitue un investissement et un moyen de pouvoir puisqu'en lui se fixent les attributions des œuvres, les éléments liés au prestige et à la valeur. En revanche, dans l'art contemporain, ce type de catalogue n'est pas courant puisque l'artiste continue de produire. Les expositions temporaires au sein des institutions culturelles et des galeries produisent des catalogues, comme ce qui est désigné par Nathalie Moreau et Dominique Sagot-Duvauroux comme des « petits événements historiques permettant de distinguer aujourd'hui l'œuvre qui sera incontournable demain[626] ». Entrer ainsi dans une pensée historique fait entrer l'artiste dans un processus d'historicisation de l'œuvre. Ce processus concerne l'ancrage de la création dans une certitude historique rehaussant la valeur des œuvres. D'où le désir des collectionneurs et artistes qu'un catalogue soit édité. Si Terra Viva n'édite plus de catalogues pour chaque exposition, la galeriste investit un autre support compensatoire : la vidéo. En effet, depuis la réouverture de la galerie elle présente sur son site web une série de vidéos sur chaque céramiste qu'elle expose :

---

[624] *Ibid.*

[625] Jean-Marie Schmitt et Antonia Dubrulle, *Le marché de l'art*, 2ème édition, Les études (Paris, 2014), 234.

[626] Nathalie Moureau et Dominique Sagot-Duvauroux, *Le marché de l'art contemporain* (Paris: La Découverte, 2006), 69.

> « La vidéo, pour nous avait vocation et à garder une place et à permettre à l'artiste de s'exprimer et à toucher de nouveaux publics. Par ce que l'idée c'est en très peu de temps de donner une vision un peu accessible de cet art céramique. C'est pour ça qu'on a créé la série « Une minute, une céramique » qui dure en général de 2 à 3 minutes, et qui permet de faire le lien avec l'artiste[627] »

Le succès de ces courtes vidéo s'est progressivement affirmé. Celles-ci ont déjà été montrées dans des festivals et expositions diverses tels que le Festival de céramique du 11e arrondissement de Paris et autres expositions ponctuelles. La réalisation de ces vidéos est entièrement assurée par elle-même et son compagnon.

> « Et c'est vrai que ça marche assez bien. On commence à me les demander. Par exemple, le festival du 11e me les a demandés pour les projeter. Une autre dame dans la Drome pour cet été, elle organise une expo et elle veut montrer les vidéos[628] »

En outre, des expériences envisagées comme des lieux de « formation du regard », certaines galeries, tendent aussi à adopter des formes plus ou moins ludiques à travers leurs sites internet. La galerie de céramique lyonnaise « EtCeraTerra » par exemple, propose aux visiteurs du site un « Quizz d'artistes » avec pour consigne de tester ses connaissances en matière des céramistes et leurs œuvres : « Reconnaissez les artistes et cliquez sur l'image pour vérifier[629] ». Il s'agit d'une page interphase où l'on trouve diverses photos et il faut donc cliquer pour avoir accès aux informations de l'artiste. La reconnaissance esthétique d'une pièce interroge les connaissances en termes de style visuel des artistes céramistes que la galerie présente, à travers un test de l'œil d'expert du public.

---

[627] Extrait de l'entretien avec Maude Grillet, directrice de la galerie Terra Viva, à Saint-Quentin-La poterie. Enquête de terrain, 2015. Op. cit.

[628] *Ibid.*

[629] Site web de la galerie lyonnaise « Etceraterra » URL : http://etceraterra.free.fr/indexartistes_neo/index_fichiers/EtCeraTerraLeQUIZZ.htm. (Consulté le 27 janvier 2016)

1.2 Médiations transverses : démocratiser la culture céramique

La visite de l'exposition Ceramix, proposée dans le cadre des activités du club de collectionneurs « Les céramophiles » que nous avons étudiés au cours du chapitre précèdent, constitue en elle même une « situation de médiation[630] ». Cette visite s'inscrit dans le cadre de « la médiation d'une médiation » et fait partie d'un système classique de médiations « humaines » des champs artistiques, conduite par un médiateur expert (Bernard Bachelier, collectionneur et président du club « Les céramophiles »). Les dispositifs de médiation dans les musées, expositions de céramique tendent à appréhender les objets par la technique et par conséquent, le processus évaluatif des discours des médiations est déterminé chez les amateurs par le statut légitimant du médiateur/trice, ainsi que par son implication dans le milieu et ses connaissances en la matière. La médiation en direction du grand public (qu'on peut aussi considérer comme des « non-publics », des publics profanes, ou des néophytes) — visites guidées pour les groupes scolaires et actions ponctuelles dans le cadre de manifestations culturelles plus larges (journées européennes des métiers d'art, des journées européennes du patrimoine, nuit des musées, etc.,) — s'organisent généralement comme des actions de vulgarisation des savoirs techniques, par la dimension historique ou par la pratique dans l'atelier. L'exposition « Ceramix » proposait au contraire quelques actions de médiation articulant les registres de la céramique à d'autres régimes et historicité de l'art.

> Le jeu parcours de l'exposition propose aux visiteurs le plus jeunes d'aller à la découverte des possibilités plastiques de la matière en soulignant son inscription au cours de l'histoire de l'art. Le livret du jeu parcours interroge la matière en rapprochant la terre aux autres matières de l'art. Il le fait par exemple à travers une œuvre de l'artiste Ivos Pacetti « Maschera Antigas (1932): *« Ce « masque à gaz » tout en angles et rondeurs, comme une automobile, est aussi composé de divers matériaux assemblés. Il reflète un mouvement artistique appelé le « futurisme », qui aimait représenter la modernité, les machines, la guerre, la vitesse. Observe le masque en céramique. Quel matériau l'artiste a-t-il imité ? (le papier, le métal, le bois) »*. De même, « La petite visite », sous forme de visite guidée proposée les mercredis à la Maison Rouge et à Sèvres, cherche à offrir une vision novatrice de la

[630] J. Davallon, *L'exposition à l'oeuvre*, *op. cit.*

> sculpture-céramique à travers une sélection restreinte d'œuvres. La visite développe surtout une approche historique de l'art, puisque cela est le propos de l'exposition ; sortir la céramique de son entre-soi technique. En soulevant la part conceptuelle de la matière, l'ensemble de ces dispositifs (conférences visites guidées thématisées et menées par des artistes) tente d'aborder l'inscription artistique de la céramique, bien qu'à Sèvres, des ateliers de modelage soient aussi organisés. La médiation par la pratique demeure l'approche incontournable de la matière, puisqu'il s'agit d'un musée spécialisé en céramique. (Annexe N°8 : Visites et documents de médiation pédagogique Ceramix)

Terrain d'innovations en termes d'actions culturelles, la céramique est approchée de façons originales et parfois insolites : ateliers de pratique, goûters d'anniversaire avec des jeux-parcours, visites sensorielles, nombre de dispositifs impliquent une logique de l'éducation artistique même si la pratique[631] demeure le moyen le plus classique et répandu d'accès à la matière. Cela rejoint le désir collectif pour s'affranchir des barrières symboliques issues des représentations sociales de ce média méconnu du grand public. Des techniques de la médiation culturelle plus aux moins partagées par les différents domaines culturels, émergent des expériences ayant pour fonction d'approcher des publics dits « éloignés », « empêchés », « non-publics », etc. Dans le cadre des médiations pour l'accessibilité, la céramique est surtout un moyen et non pas une fin. En effet, en tant que matériau malléable et versatile, la céramique peut être utilisée pour réaliser des répliques d'objets artistiques en direction de publics mal et non voyants d'approcher (et de s'approprier) par le toucher. Nous rapportons une expérience de ce type qui consistait à réaliser des répliques en céramique des pièces précolombiennes et des sculptures du Musée du Louvre : « Toucher, regarder,

[631] On retrouve des ateliers un peut partout, comme c'est le cas du Centre de céramique contemporaine de La Borne qui propose par exemple chaque année de stages[631] pour enfants et adultes. La « Journée Récréa-terre » par exemple, est une journée « consacrée à la pratique de la terre dans une ambiance conviviale ». Moyennant un tarif de 40 euros environ, les enfants produisent plusieurs pièces mais seulement une sera cuite. Ce travail plus proche de l'animation socio-culturelle constitue une rentrée financière pour le centre. De stages plus complets (5 jours) sont également proposés « en petit groupe, les enfants réalisent plusieurs objets et s'initient ainsi à différentes techniques. Chacun choisit la pièce qui sera cuite au Centre céramique contemporaine, et récupérée quelques semaines plus tard ». Les stages pour adultes portent sur de thématiques plus diversifiées : sculpture animalière, modelage, colombins, raku, tournage, et sont proposés par des céramistes spécialisés dans la ligne choisie. Les tarifs vont de 240 à 375 euros et durent entre 3 et 5 jours.

sentir[632] » est une exposition de répliques réalisée par le Centre Culturel de l'université Catholique de l'Équateur à Quito en 2010, en partenariat avec la Galerie tactile du Musée du Louvre[633]. Cette expérience rejoint la vocation d'universalité des musées, mais ne se limite pas uniquement aux publics en situation de handicap. Elle apporte à réduire la distance entre le visiteur, le musée, l'œuvre, et donne un accès aux contacts multi-sensoriels. Comme cette exposition, nombre de projets transportent la pratique artistique et une certaine conception de l'art au sein de lieux « écartés » de la culture tels que les prisons, les hôpitaux, etc. L'exposition *« Pas de bol d'être en Prison »*, issue d'un projet de création dans la prison de femmes de Champ Dollon en Suisse, en est un exemple. Ce projet conçu dans le contexte de la prison (Annexe N°9 : Exposition « Pas de bol d'être en prison » Musée Arianna) conduit par la céramiste Anouk Gressot depuis dix ans, consiste d'abord à faire visionner aux détenues la vidéo « Voyages d'argile » (vidéo accompagnant l'exposition « Mille et un bols ») puis à travailler l'argile avec d'autres matériaux. Bien qu'elle puisse être considérée au carrefour entre la médiation de l'art et de l'animation socioculturelle, la réflexion autour de cette rencontre entre des publics éloignés et la pratique artistique, se fait vecteur des visions de l'univers de la céramique. Les intentions sociales de ces médiations dépassent ainsi les logiques de la transmission d'une identité céramique, surtout lorsque « l'auteure d'un délit devient l'auteure d'une œuvre[634] », laquelle sera confrontée au regard des publics divers :

> « A notre surprise et pour la grande joie des détenues, ces rencontres ont eu un large écho dans la presse et dans les medias en général. On constate alors que l'auteure d'un délit devient l'auteure d'une œuvre reconnue et validée par le regard du public. Elle parvient ainsi à s'extraire des préjugés – les siens et ceux de la société en général et peut dès lors reprendre une place symbolique au sein du groupe social[635] »

---

[632] Source : Site web du Centre culturel de l'université Catholique de Quito, Equateur : URL : http://www.centroculturalpuce.org/index.php/eventos/exposiciones/214 Consulté en octobre 2016

[633] Site internet de la galerie : http://www.louvre.fr/galerie-tactileun-nouveau-parcours-sculpter-le-corps

[634] Propos d'Anouk Gressot pour l'article de presse « Quant l'art fleuri en prison » écrit par Marco Poli, pour le quotidien suisse « Le courrier », Lundi 10 Décembre 2012

[635] *Idem*

Cette expérience renvoie cependant aux gestes d'une pratique artistique. Elle est l'espace de valorisation du rapport à la matérialité. Ces médiations se recoupent à ce qui est fortement ressorti au long de notre étude, c'est-à-dire la considération de l'acte de toucher et de la pratique manuelle comme valeur fondamentale dans l'expérience céramique, mais elle l'est moins du point de vue de la culture céramique.

1.3 Médiations du patrimoine céramique

« Le musée dans la rue » : Médiation culturelle du patrimoine céramique-urbain à Limoges[636]

La présence de la céramique dans l'architecture et l'espace public urbain se contemple principalement à travers deux groupes. Le premier correspond aux œuvres artistiques sculpturales et majoritairement en grand format. Elles sont généralement associées à un nom et à une signature et souvent réalisées dans le cadre de commandes publiques. Le second groupe correspond aux nombreux éléments et détails intégrant discrètement ou explicitement le patrimoine architectonique de la ville. Les œuvres artistiques ou sculptures monumentales disséminées dans l'espace public permettent une identification directe de la matière céramique à son caractère artistique. Le second groupe possède alors, un statut nettement plus ambigu, puisque caractérisé par une diversité de registres de production -que ce soit décoratif, artistique, design, industriel- et apporte au brouillard existant dans l'association de la céramique à l'imaginaire de l'art. Ces actions de médiation culturelle dans le paysage urbain aspirent à articuler l'idée de « ville patrimoniale » ou de « ville musée » aux stratégies politiques en faveur du tourisme, en transformant l'animation patrimoniale en un segment pour le développement de l'économie locale. Certaines politiques mettent ainsi en scène l'espace urbain à travers de dispositifs de médiation culturelle que fonctionnent comme des actions pour la conservation et la transmission du patrimoine. À travers ces dispositifs de médiation culturelle urbaine, les professionnels du patrimoine, du tourisme, aidés par les acteurs du monde de la céramique emploient des techniques de médiation généralement réservées à l'espace

[636] Cette étude de cas est issue d'une communication réalisée lors du congrès de l'Académie Internationale de la céramique à Barcelone en septembre 2016, sur la thématique de la céramique dans l'architecture et dans l'espace public, visions anthropologiques.

muséal pour construire les valeurs culturelles de la ville[637]. À traves ces dispositifs se diffusent les valeurs artistiques et patrimoniales de la céramique et se consolident les glissements des représentations sociales sur de nouveaux territoires.

« Laissez-vous conter la céramique de la ville » est un ensemble de circuits urbains sous forme d'itinéraires autonomes en direction des visiteurs, guidés par les décorations et œuvres céramiques que revêtent les villes. Ces circuits sont des parcours déambulatoires urbains inscrits dans le cadre du réseau de « Villes d'art et d'histoire ». Ce label fait partie d'une politique culturelle impulsée par le ministère de la Culture et du patrimoine avec pour objectif de garantir la valorisation du patrimoine autour du patrimoine ancien, moderne et l'architecture contemporaine. Aujourd'hui, le réseau compte plus de 137 villes parmi lesquelles se trouve Limoges. Ces visites urbaines constituent des initiatives incarnant ce qu'on pourrait appeler un « musée dans la rue ». En elles se mobilisent quelques-unes des stratégies généralement à l'œuvre au sein des musées : elles sont autant des instruments de la démocratisation culturelle et de la diversification des publics de la culture, que des techniques de médiation classiques, transposées dans l'espace public. On peut dire qu'en concevant

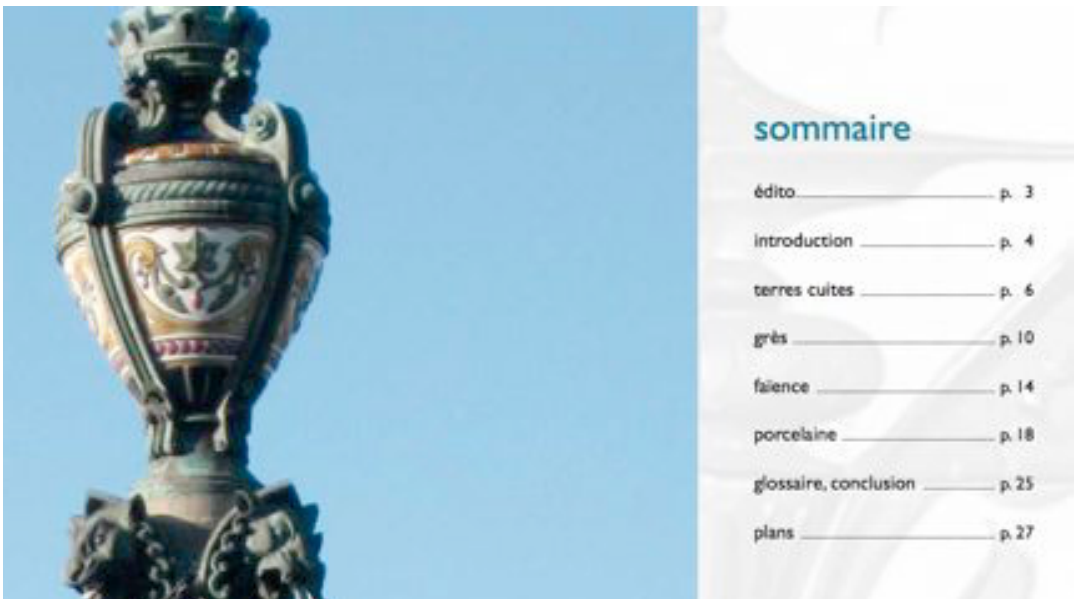
[637] Nicolas Navarro, « La patrimoine métamorphe, circulation et médiation du patrimoine urbain dans les villes et pays d'art et d'histoire : l'exemple des Villes d'art et d'histoire », *http://www.theses.fr*, 12 novembre 2015, http://www.theses.fr/s51973.

la rue comme un couloir et ses murs comme les supports où sont accrochées les œuvres, les maisons comme des modules, les places comme des salons publiques, les bâtiments comme des contenants du patrimoine et de l'art, le parcours se propose comme une balade dans une ville-musée[638]. Le document-guide des parcours est disponible au téléchargement sur le site de la ville de Limoges et il est également possible de le récupérer à l'office de tourisme de la ville. Avec ses 28 pages, ce support mélange textes et images, et se définit tantôt en guide, en fiche explicative, brochure, tantôt en catalogue. Ce guide propose d'abord plusieurs textes sur les contextes historiques européens, français et régionaux, au sein duquel s'inscrivent la production et l'industrie céramique ainsi que les étapes de transformation économique et sociale de la production porcelainière. Il met l'accent sur l'histoire de la porcelaine[639], l'argile blanche emblématique de Limoges. Un deuxième segment montre les lieux où se trouvent les œuvres, monuments et éléments de l'architecture urbaine à travers deux cartes de la ville. Le guide établit ainsi une nomenclature situant les objets à l'aide d'adresses et numéros sur la carte. Le troisième segment propose enfin les images des œuvres et des objets accompagnées d'un texte d'interprétation : les écrits développent les registres technique, historique et esthétique. Ce dernier segment est classé par matières : terre cuite, grès, faïence et porcelaine.

[638] Si bien cette analogie s'inspire d'une intuition proposée par Nicolas Navarro dans le cadre de sa thèse de doctorat sur les villes et pays d'art et d'histoire, et qu'elle s'est avérée non pertinente dans le cadre de son étude, nous considérons que le contexte qui nous occupe permet d'apposer un tel regard sur ce dispositif en ce qu'il illustre bien la fonction patrimonialisatrice et artificatrice de la médiation culturelle de la céramique.

[639] **Porcelaine :** Appelée *l'or blanc*, la porcelaine est une argile blanche, fine et translucide produite à partir du Kaolin. Elle a été d'abord travaillée en Chine, imitée par les faïenceries (Delf, Nevers, Rouen, etc.) en occident, puis développée dans différents endroits où se trouvaient des gisements de kaolin comme Limoges. La porcelaine renvoie en premier lieu à une production industrielle, puis elle est associée au service de table et répond à des représentations souvent associées à la production d'objets utilitaires et décoratifs. Elle est appréciée artistiquement par ses qualités esthétiques comme sa translucidité. Pour plus d'information sur les caractéristiques du secteur de la porcelaine, nous renvoyons à l'émission de vulgarisation scientifique et culturelle « C'est pas sorcier » produite par France 3, laquelle a consacrée une émission à la céramique (le tournage s'est effectué à Limoges). L'émission porte sur le savoir-faire traditionnel de la porcelaine d'un coté et sur le caractère artistique aussi revendiqué comme étant la clé de la revalorisation du secteur, de l'autre. URL : https://www.youtube.com/watch?v=juwlaXucO08

Voici quelques textes explicatifs figurant sur le document-guide du parcours :



Les gazettes

Il est une terre cuite très spécifique à Limoges : des tessons de gazettes utilisés dans le revêtement de sol. Les gazettes sont l'accessoire indispensable à la cuisson de la porcelaine. Ces cases ou boîtes circulaires en terre réfractaire empêchent que les pièces ne se soudent et les protègent de la fumée et des impuretés du four, lors des cuissons au bois ou charbon. La plupart des fabricants produisaient eux-mêmes leurs gazettes avec une terre argileuse. Après quatre ou cinq passages au four, les gazettes étaient hors d'usage. Une fois brisées, certaines trouvaient alors une seconde vie pour un pavement à moindre coût. Disposés de champ sur lit de sable, les tessons laissent parfois deviner la courbure de la boîte originelle. Loin des voies principales, les gazettes recouvrent aujourd'hui encore le sol de ruelles et portes cochères. Cette céramique rudimentaire se lit comme l'empreinte discrète d'une céramique plus prestigieuse, la porcelaine.

rue du pont Saint-Étienne

rue du pont Saint-Étienne

Pavillon du Verdurier

Le quartier du Verdurier, démoli en 1912-1913, est reconstruit progressivement jusqu'en 1930. Au lendemain de la première guerre mondiale, pour faire face à la pénurie de viande, l'Office du ravitaillement entrepeend dans ce quartier la construction d'un pavillon frigorifique permettant de stocker la viande importée notamment d'Argentine.

Le projet est confié à Roger Gonthier, futur architecte de la gare Limoges-Bénédictins. La structure octogonale en béton armé bâtie sur 400 m² est coiffée d'un dôme en cuivre. Ses murs sont recouverts de carreaux de grès flammés aux teintes vertes et bleues et de mosaïques de tesselles. Le grès est ici employé tant pour ses qualités esthétiques que pour son caractère hygiénique. Sous les auvents dans la partie supérieure des encadrements, autour du tambour du lanternon* les murs sont habillés de céramique. Des guirlandes de fleurs blanches avec pétales bleus soutenues par des colonnes à volutes constituent une composition végétale géométrique, préfiguration du style Art déco*.

Le grès provient de la firme Gentil et Bourdet de Boulogne-Billancourt, célèbre pour sa collaboration prestigieuse avec l'École de Nancy et l'architecte Henri Sauvage. Le succès de G&B tient à l'intuition de ses fondateurs, les architectes Alphonse Gentil et Eugène Bourdet qui comprennent la nécessité de marier architecture et décor céramique dans un souci d'économie industrielle et de fonctionnalisme décoratif. Les établissements G&B, qui dès avant la première guerre produisaient grès flammés et mosaïques, privilégient après-guerre une production de tesselles. En ce sens, le pavillon du Verdurier est un bâtiment d'expérimentation et de transition. Il a fait l'objet d'une restauration en 1978 et a reçu le label « Patrimoine du XX^e siècle ».

Hôtel de police, Patrick Corillon, *Les lucioles*, 2002

À l'entrée de l'Hôtel de police s'élève une cheminée revêtue de carreaux de porcelaine. Cette œuvre de Patrick Corillon, *Les lucioles*, a été réalisée en 2002 dans le cadre du 1% artistique lors de l'édification de l'équipement. Sur les plaques ont été reportées par sérigraphie des photographies de mains accomplissant différents gestes. Chacune est accompagnée d'une phrase manuscrite descriptive rattachant le geste tantôt à la production manuelle, tantôt au travail de la police. Cette simple description établit un lien subtil entre l'histoire du site, ancienne manufacture de porcelaine Haviland et sa destination actuelle. Comme à son habitude, Patrick Corillon introduit la lecture dans l'espace public et invente ainsi un mobilier urbain d'un genre singulier, qui signale une mémoire, signifie des liens, ouvre l'imaginaire.

Musée national Adrien-Dubouché, Javier Perez, *Source*, 2004

De part et d'autre de l'allée centrale conduisant à l'entrée du musée Adrien-Dubouché, installées au centre de deux bassins, deux têtes en porcelaine percées de minuscules trous se transforment en fontaine. L'artiste espagnol Javier Perez a réalisé cette œuvre intitulée *Source* en 2004. Dans les fontaines classiques ou les gargouilles médiévales, l'eau s'écoule généralement d'une bouche ouverte. Ici, bouche et yeux de l'artiste sont fermés tandis que les minuscules jets d'eau nimbent le personnage, telle une métaphore du jaillissement de la pensée créative.

Comme fonctionnent les discours de la médiation artistique et patrimoniale au sein de ce dispositif ? Que nous renseignent-ils sur la transmission des valeurs et représentations associées à la céramique ?

Cette expérience construit de fait un instrument de relecture du patrimoine céramique de la ville et de la céramique. Elle pose les conditions permettant que les objets en céramique de la ville soient considérés comme des expôts. S'observe ainsi une conception d'unité du champ face aux oscillations courantes du milieu. En effet, malgré la classification faite par matières (argiles), les éléments ne sont pas classés selon une logique de distinction entre art, artisanat, objets industriels, décoratifs, etc. La stratégie communicationnelle employée aspire ainsi à affirmer une unité céramique, et elle le fait à travers diverses rhétoriques issues des dimensions technique, esthétique, historique, artistique, ainsi que symbolique.

En effet, le premier texte sur les « Gazettes du pont Saint-Étienne », par exemple, met en avant le nouvel usage décoratif des gazettes, lesquelles étaient originalement utilisées pour la cuisson de la porcelaine. De ce fait, on retrouve un discours lié à la matérialité, aux processus de réalisation et de composition, mais aussi, au déplacement symbolique et d'usage des objets (la deuxième vie décorative et artistique des gazettes). Ensuite, le « Pavillon verdurier » vient croiser des informations historiques -le bâtiment fut construit au lendemain de la Grande Guerre afin de stocker la viande importée d'Argentine afin de faire face à la pénurie de viande- aux informations techniques et esthétiques. En effet, le texte décrit les murs *« recouverts de carreaux de grès flambés aux teintes vertes et bleues et de mosaïques de tesselles. Le grès est ici employé tant pour ses qualités esthétiques que pour son caractère hygiénique. […] Des guirlandes de fleurs blanches avec pétales bleus soutenus par des colonnes à volutes constituent une composition végétale géométrique, préfiguration du style Art déco ».* Au même titre que les caractéristiques esthétiques, les qualités hygiéniques (pour la conservation de la viande) sont valorisées. Le troisième exemple concerne les œuvres contemporaines en porcelaine. La première concerne la sculpture de Patrick Corillon située à l'entrée de l'Hôtel de police et réalisée en 2002 dans le cadre du 1% artistique. Le texte décrit la composition sculpturale : « Sur les plaques ont été reportées par sérigraphie des photographies de mains accomplissant différents gestes. Chacune est accompagnée d'une phrase manuscrite descriptive rattachant le geste tantôt à la production

manuelle, tantôt au travail de police ». La description établi un lien non seulement entre le lieu actuel et son statut préalable (ancienne manufacture de porcelaine). Il le fait également à travers les gestes manuels du métier de céramiste. La mise en avant de la mémoire sociale de la tradition de travail manuel de la porcelaine apporte à l'affirmation d'une double condition en tant qu'art et du métier. L'autre œuvre présentée est celle de l'artiste espagnol Javier Pérez que se trouve à l'entrée du musée Adrien Dubouché. Cette sculpture en porcelaine réalisée en 2004 montre aussi l'usage de la porcelaine en matériau artistique contemporain. Elle opère un jeu sémantique esthétique : « Dans les fontaines classiques ou les gargouilles médiévales, l'eau s'écoule généralement d'une bouche ouverte. Ici, bouche et yeux de l'artiste sont fermés tandis que les minuscules jets d'eau nimbent le personnage, telle une métaphore du jaillissement de la pensée créative ». L'articulation de discours portés sur les qualités techniques, esthétiques, les éléments historiques mettent en lumière la construction d'un système communicationnel porté sur l'objet et son inscription plurielle au sein des registres du patrimoine ancien et de la création artistique contemporaine. De ce fait, ce dispositif met en avant la fonction sociale de l'interprétation du patrimoine et de l'art en tant que « média-expo ». Pour Nicolas Navarro, la dialectique du patrimoine comme usage montre une volonté d'encadrement des pratiques de l'objet.

> « Il est possible de voir dans ce descriptif des actions une application du modèle progressiste de l'urbanisme qui prône une démarche appréhendant la ville de manière rationnelle. Il forge une organisation spatiale, mais ambitionne surtout de modifier l'état de la société grâce à un meilleur traitement de l'espace. Cette volonté progressiste est celle sous-jacente à un urbanisme patrimonial qui se donne pour objectif la « préservation », dans une démarche historiciste, combinée à une volonté de « mise en valeur », elle-même garante de progrès. C'est une dialectique entre conservation et création qui est à l'œuvre[640] ».

Ainsi, la fonction de valorisation du patrimoine agrège de nouvelles formes de construire l'espace muséographique et rejoint ce que Jean Davallon nomme

[640] Navarro, « La patrimoine métamorphe, circulation et médiation du patrimoine urbain dans les villes et pays d'art et d'histoire », 236.

le « média exposition » avec une « hétérogénéité de composants » mise à l'œuvre selon le projet d'interprétation qui est dans ce cas, posé au regard d'un patrimoine spécifique : la culture céramique. La construction d'un espace de communication à travers la mise en exposition « se compose, dans un premier temps, d'un dispositif de médiatisation dont l'objectif est de rendre accessible, lisible, compréhensible l'objet à travers le registre de l'espace. Jean Davallon[641] le définit comme, du point de vue du récepteur, la reconnaissance du fait qu'il s'agit d'une exposition[642] ». Faire la lecture communicationnelle de l'espace urbain à travers le patrimoine architectural apporte ainsi à la réappropriation de l'espace public par ses usagers. Pour Nicolas Navarro celle-ci a un rôle intentionnel et symbolique de sa fabrication et de sa conservation. En effet, cette mise en exposition est la désignation d' « objets » comme remarquables. Elle opère également un déplacement du regard depuis la sphère privée (des habitations au musée) vers la sphère publique. Le processus de patrimonialisation de la céramique comme unité de base des objets s'active à partir de la transmission de la céramique en tant que mémoire sociale, le savoir-faire et la matière sont présentés comme des biens collectifs. Par ailleurs, la dialectique de la visite de l'espace urbain, guidé par la céramique fonctionne comme un système proche du jeu (une chasse au trésor par exemple). Ce dispositif peut être analysé également sous le prisme de l'artification et de la patrimonialisation, par l'affirmation de sa condition multiple et ambivalente, à la base de ses clivages : art/artisanat, création/métier, concept/objet. Cette action est un instrument de médiation culturelle aspirant à la transformation des valeurs et des représentations de la céramique auprès un panel large de publics (touristes, population locale, mais aussi spécialistes, professionnels et amateurs). Enfin, l'analogie du « musée dans la rue » peut être conçue comme une réponse à la difficulté que la céramique rencontre à intégrer les collections publiques. C'est ainsi que si la céramique ne peut pas entrer dans le musée, le musée descend à la rue.

[641] Davallon, *L'exposition à l'oeuvre*.

[642] Navarro, « La patrimoine métamorphe, circulation et médiation du patrimoine urbain dans les villes et pays d'art et d'histoire », 378.

1.4 La médiation par l'écriture : écrire l'attachement et la technique

Des écritures techniques aux écritures poétiques : les céramistes écrivains

Aborder la céramique par ses médiations implique observer une multiplicité de supports. Les premiers écrits sur la céramique en France vont apparaître dans les années 50 sous la plume des céramistes, à une époque où le milieu ne comptait pas encore des publications. Ils visaient à partager les découvertes techniques, expérimentations, résultats et intuitions entre professionnels. C'est en 1973 qu'a lieu la publication de la première version française de l'ouvrage « A potters book » écrit par Bernard Leach en 1943, et traduit par « Le Livre du potier ». Avant cela, des céramistes et amateurs traduisaient certains passages du livre de l'anglais au français. Telle est l'expérience que nous confient ici Marie et Michel, un couple de collectionneurs ayant réalisé de nombreux stages spécialisés en amateurs :

> « Je ne me souviens pas des dates, mais je crois qui c'est pendant qu'on faisait nos stages chez Micheline qui est sorti le *Livre du potier* de Leach en anglais, et on le traduisait avec notre anglais hésitant. On traduisait des paragraphes. On était un groupe et chacun s'y mettait. On cherchait à comprendre des formules, des trucs… c'était pour un usage interne, des notes, comme ça… »

Fer de lance du milieu, l'affirmation du caractère artistique n'est jamais indissociée des questions techniques. Cet ouvrage devient très rapidement la référence dans le milieu puisqu'il présente de manière synthétique trente-trois années d'expériences orientales - en particulier japonaises – et la culture potière européenne. Bernard Leach et Frère Daniel de Montmollin ont été sans doute les précurseurs d'une longue tradition de « céramistes écrivains ». Ce phénomène peut s'envisager comme un instrument pour la protection et la sauvegarde de la mémoire et de la tradition potière, de l'idéal patrimonial de la technique et du savoir-faire dans le processus créatif, que les céramistes se sentent les héritiers. Au cours de la dernière décennie, une nouvelle vague de « céramistes écrivains » a émergé, et avec eux, de nouvelles rhétoriques : Jean Paul Azaïs, avec son ouvrage « Un chemin de terre et de fumée » (2013) ou Jean

Girel avec « Une brève histoire de la céramique » (2014) en sont des exemples. Outre la transmission de la question technique, la médiation par l'écriture a fréquemment recours à la métaphore afin de valoriser le caractère artistique du travail. C'est ce qu'avance ici Claude Champy au sujet de son œuvre, pour laquelle il attend qu'il se produise une expérience esthétique-sensible dépassant la matérialité, la technique et la forme :

> « Quelqu'un devant un vase, verra un volcan, un autre une méduse, un troisième un derviche tourneur (…) j'ai besoin que cela reste ouvert. Pour la même raison, je donne très rarement des titres à mes pièces pour ne pas imposer une vision restrictive de leur lecture. (…). La céramique en ce qui me concerne, c'est du vide avec de la terre autour. Les entailles, déchirures, griffures s'appuient sur ce vide[643] »

Les écrits professionnels de la céramique appliquent très fréquemment une vision poétique du métier et des rhétoriques symboliques faisant l'éloge de la terre et du rapport de l'homme avec la matière. Concrètement, les productions éditoriales aux mains des céramistes sont considéreés la parole légitime, et se structurent autour d'une stratégie narrative basée principalement selon plusieurs catégories rhétoriques : symbolique (conceptuelle, poétique), technique (matérielle), historique (évolution au sein des cultures et sociétés), culturelle (usages et pratiques, espaces d'inscription), apprentissage (pédagogique).

Se retrouvent également d'autres écrits experts (médiation de l'expertise), comme le livre « Potiers de grès[644] » de Denis Goudenhooft, proposant un recueil de signatures de 130 céramistes (potiers contemporains) ayant travaillé le grès. La présentation chronologique présente l'image d'une œuvre en couleur ainsi que la signature et le lieu d'activité du potier. Cet ouvrage opère selon une logique d'expertise et de la reconnaissance. La signature est un indicateur de l'artification en ce qu'elle « va de pair avec l'accession d'une activité au rang d'art, et d'un producteur au rang d'artiste

[643] Germain Viatte, *8 artistes & la terre [Claude Champy, Bernard Dejonghe, Philippe Godderidge, Jacqueline Lerat, Michel Muraour, Setsuko Nagasawa, Daniel Pontoreau et Camille Virot]* (Banon: Argile, 2009).

[644] Denis Goudenhooft, *Potiers de grès: sceaux et signatures de 1941 à 1985*, France, Complément d'objet, 2010.

ou d'auteur[645] ». Celle-ci figure (contrairement à l'autographe qui peut figurer sur une reproduction, une photographie ou une feuille de papier) sur l'œuvre réalisée par le plasticien. Selon Nathalie Heinich « on a affaire à une signature matérielle, sur une œuvre elle-même matérialisée en un objet unique, non reproductible (sauf à perdre son authenticité[646]) ». À ôoté de ces céramistes écrivains et professionnels, les amateurs se sont aussi, depuis toujours, impliqués dans la production de récits divers que ce soit autour de leur collection, d'une exposition, d'un artiste, d'une technique. Bien que leur implication ait souvent été perçue comme mettant en exergue un intérêt personnel, l'engagement que dénotent ces écritures recouvre leur projet commun. Leur contribution dans des revues, catalogues, textes d'expositions, etc., concoure à la construction d'un système narratif porté par un fort degré d'expertise et d'engagemen,t mais dont la teneur subjective, de par le rapport émotionnel, s'envisage comme un frein pour s'affranchir de sa condition marginalisée. Leur attachement pour le monde de la céramique mobilise, en dehors des points de vue, des savoirs et des connaissances prescriptrices des tendances. Marie, une collectionneuse affirmait que son rapport avec la céramique était le fruit d'un apprentissage. Et que comme tout métier, la passion aussi s'apprend :

> « On ne devient pas un grand potier du jour au lendemain. Ça se saurait. Il faut apprendre. Mais moi, je ne connais pas de truc où il ne faut pas apprendre : un métier, une passion, un jeu, il faut apprendre. Ça ne vient pas tout seul »

Gérard Lenclud considérait que les « sociétés à écriture » sont caractérisées par une « créativité-rupture », tandis que les sociétés à tradition orale le son plutôt par une « créativité cyclique », celle qui s'exprime dans l'inventivité ordinaire de qui reconstruit quotidiennement la tradition, barde, conteur, officiant ou artisan[647] ». L'écriture au sein d'une « société céramique » s'érige comme un besoin de construire

---

[645] Nathalie Heinich, « La signature comme indicateur d'artification », *Sociétés & Représentations* n° 25, n° 1 (1 juin 2008): 97‑106.

[646] *Ibid.*

[647] Lenclud cité in Jean Davallon, « Tradition, mémoire, patrimoine », in *Patrimoines et identités*, Muséo (Québec, Canada: MultiMondes : Musée de la civilisation, 2002), 44.

un corpus théorique à partir des différentes dimensions : technique, historique, sociale et symbolique (poétique, métaphysique) et se traduit par une production de récits où sont dispensés les techniques, recettes, formules et secrets, expériences, émotions, etc. De ce fait, ouvrages, monographies, catalogues, articles dans des revues spécialisées, blogs… s'inscrivent dans un continuum de la transmission et la sauvegarde des savoirs patrimoniaux et artistiques apportant à la construction d'une rhétorique de l'attachement ainsi qu'à la formation d'un certain regard sur la céramique.

L'écriture comme témoin de l'unité céramique

L'artification en tant que processus passe entre autres, par la théorisation et l'énoncé des savoirs professionnels. Des récits les plus techniques aux plus poétiques, les revues et ouvrages spécialisés s'occupent de la diffusion du capital spécifique, et le font principalement au travers d'une définition du milieu en tant qu'unité. Les maisons d'édition et les revues spécialisées en céramique témoignent également de l'artification du milieu en ce qu'elles sont les signes de son autonomisation. Pour Flora Bajard, les revues spécialisées consolident la dynamique d'artification du milieu en ce qu'elles favorisent la diffusion. Elles apportent également à la vulgarisation des opérateurs sémantiques et discursifs.

> « Les objectifs de ces publications se recoupent très largement dans l'objectif de développer un propos généraliste sur la céramique d'art. Elles incluent l'objet utilitaire ou non- utilitaire, une diversité de techniques, visent à la diffusion des savoirs, posent les débats et discussions esthétiques, proposent des agendas commerciaux et culturels[648] »

La Revue de la céramique et du verre a été créée par Sylvie Girard et son époux en septembre de 1981, devenant le support médiatique spécialisé de référence en France :

[648] Flora Bajard, « Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être » (Thèse de doctorat (en cours de publication), Université de Lausanne, Institut des Sciences Sociales, 2014), 106.

> « Une revue bimestrielle, spécialisée dans les arts du feu et ouverte à tous. Par son approche culturelle de l'art et de la technique, La Revue de la Céramique et du Verre cherche à témoigner de l'évolution de la création contemporaine des arts du feu, aussi bien en France qu'à l'étranger. De l'archéologie à l'avant-garde, du savoir-faire traditionnel à l'innovation technique, la revue s'intéresse à l'objet utilitaire ou décoratif comme à la sculpture monumentale depuis sa conception jusqu'à son achèvement en passant par la mise en œuvre dans l'atelier. Depuis 1981, la revue réalise régulièrement des dossiers et publie des ouvrages dans son domaine[649] »

Les principaux collaborateurs de la revue de la céramique et du verre sont de céramistes, spécialistes et amateurs. On retrouve de collectionneurs devenus experts, comme en témoigne le nombre d'articles publiés sous la plume de Bernard Bachelier (parfois sur un même numéro) dans la Revue de la Céramique et du Verre.

D'autres supports éditoriaux rapportent autant d'expériences humaines que d'enseignements techniques et expérimentaux. En 1985 Camille Virot par exemple, crée une maison d'édition indépendante nommée **«** ARgile **»** (la première publication porte sur la technique du « Rakù », encore très peu connue à l'époque) avec la volonté de palier à la médiatisation très limitée de la céramique au sein des revues spécialisées en art contemporain telles que Artpress, Art actuel, Art tension ou la presse généraliste, et de dépasser l'entrée classique par les frontières, comme en témoigne cette note d'intention issue du blog de la maison éditoriale ARgile :

> « Les dossiers d'argile ont l'ambition de publier, épisodiquement, diverses études sur l'art céramique présent, excluant autant que possible les frontières, privilégiant la réflexion non pas directement sur les événements liés au marché, mais sur la source et sa compréhension : l'œuvre au centre de l'histoire du créateur, ses contreforts, ses contrepoints[650] »

[649] Source : site web de la Revue de la céramique et du verre. URL : http://www.revue-ceramique-verre.com - Consulté le 13 avril 2015

[650] Source : Blog de la Maison d'éditions « ARgila » URL : http://argile-editions.blogspot.fr Consulté en octobre 2016

Par ailleurs, de plus en plus d'universitaires (Anne Jourdain, Flora Bajard, Sabine Pasdeloup, contribuent à la construction 'd »un corpus théorique autour de la céramique à partir des « connaissances tacites spécialisées[651] », considérées comme des formes d'expertise « exclusive » et très technique[652]. Il s'agit ainsi pour ces acteurs non céramistes, de proposer une « expertise contributive », définie par « la capacité de contribuer à un domaine spécifique » à partir d'une immersion dans un domaine spécifique ainsi qu'une « expertise interactionnelle » laquelle provient d'un processus social, et qui constituent, pour le collectionneur comme pour le chercheur, des formes d'expertise plus élevées qui ne sont pas possédées par l'ensemble du public.

1.5 Les écritures innovantes et la médiation numérique de la céramique

La présence de longue date des technologies de l'information et de la communication au sein des musées, et les conceptualisations les plus récentes du numérique sont des sujets dont l'intérêt est double. D'une part, le milieu de la céramique s'est approprié des outils du numérique pour en faire usage dans le cadre de sa médiation. De l'autre, l'intégration des différents outils et supports de la médiation (par le) numérique, est devenue l'un des opérateurs du projet artificateur de la céramique. C'est face aux développements du numérique, et leur structuration à tous les niveaux que le numérique en sciences humaines et sociales (notamment avec l'intensification des usages des technologies numériques sur les tous les plans) a été traité par de nombreux chercheurs (Vidal Geneviève, Flichy Patrice, Bouquillion Philippe, Matthews Jacob…). Et plus concrètement sur la culture numérique au musée (la question participative, l'interactivité, le web collaboratif, entre autres) du fait des préoccupations des institutions muséales, de plus en plus soumises à des devoirs de fréquentation et de fidélisation. Les abondantes possibilités qu'offre Internet explique aussi l'insaisissabilité de l'objet numérique et les innombrables discours parfois aux teneurs « révolutionnaires » et « utopiques » :

---

[651] Cette notion est proposé par Collins et Evans dans leur ouvrage « Rethinking expertise » (2007) et l'oppose à une « connaissance tacite omniprésente, laquelle peut être acquise par la plus part des gens.

[652] Benjamin Ferron, Nicolas Harvey, et Olivier Trédan, *Des amateurs dans les médias: légitimités, autonomie, attachements* (Paris, France: Presses des Mines, DL 2015, 2015), 105.

> « La médiation évolue-t-elle (et comment) avec la profusion des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), pour donner lieu à une « médiation numérique » ? On observe en effet des approches innovantes qui s'appuient sur les techniques audiovisuelles traditionnelles (photographie, vidéo, son), mais également sur les nouvelles technologies (du jeu vidéo par exemple) et notamment sur le réseau Internet […] Ces nouveaux espaces de médiation par leur dimension numérique prolongent ou préparent l'expérience qu'un individu peut avoir face à une œuvre en proposant une mise en contexte et une arborescence via d'autres œuvres, domaines, média ou même de nouvelles expériences esthétiques[653] »

Si bien, l'intervention du numérique permet différents rapports avant, pendant et après la visite, le numérique se présente sous une variabilité de formes d'accès : horizontalité et dimension collaborative, ouverture de l'art et la culture aux jeunes générations et autres publics « empêchés », « éloignés », etc. En effet, l'originalité et la puissance des formes de faire la médiation numérique devient un espace complémentaire en ce qu'il permet des évolutions importantes dans les manières de présenter, représenter et de recevoir les œuvres. Un aspect important de cet univers est donc l'interactivité entre l'œuvre et le public, en ce qu'il devient le théâtre des liens et la co-construction des savoirs et de modifier la manière dont est constituée la connaissance vis-à-vis des œuvres culturelles[654]. La médiation numériqu, comme entité « intermédiaire » s'apparente à une interface favorisant la compréhension, l'appréhension des objets culturels pour des publics de plus en plus larges. L'interface se matérialise sous la forme d'une page Internet, dispositif numérique, réseau social investi, ou comme un lieu singulier d'échanges pour le collectif, l'institution, et le public dans le sens de l'internaute ou de l'amateur.

Du point de vue muséal, selon le postulat sémantique proposé par Maud Gauchet-Lopez et Marie-Sylvie Poli « les sites de communication des institutions relèvent de procédés de communication muséale alors que les sites d'artistes

[653] « Médiation culturelle, la délicate quête d'une définition ».

[654] *Ibid.*

participent d'une démarche de médiation de l'art contemporain[655] ». Le brouillage entre ces deux espaces permet justement, selon les auteures, de mettre en position de questionnement aux usagers. De la numérisation des collections, aux applications institutionnelles en passant par les sites gérés par les amateurs et collectionneurs, on sait que l'intégration du numérique dans le musée et plus largement dans les univers artistiques, s'est faite de manière progressive. En général, les créateurs investissent nombre de formes de communication et de médiation artistique, et de ce brouillage se dégagent tant d'autres formes hybrides d'investir le numérique, qu'il paraît impossible les nommer toutes. Florence Andreacola analyse l'impact qu'ont eu ces dispositifs sur la relation que le musée entretient avec son public et affirme que les musées ont très vite compris le potentiel qu'offre l'outil numérique en termes d'accessibilité. C'est donc à travers la base de données que l'institution va interroger les objectifs de médiation, « identifier les besoins relatifs à ses pratiques professionnelles, mais surtout s'interroger à partir d'un nouvel outil numérique sur des nouveaux modes d'accès aux collections par les visiteurs[656] ». C'est avec des dispositifs de médiation numérique comme les écrans tactiles que la Cité de la céramique, Sèvres vise à préparer, anticiper, vivre et prolonger la visite :

> « Dans la salle d'introduction de ces espaces, on trouve un espace tactile, une courte animation de l'histoire de la Cité à partir de ses archives, différents outils de médiation numérique novateurs, comme les deux dispositifs de « Louvre-DNP Museum Lab » consacrés à la porcelaine de Sèvres (dont l'un est depuis juin 2011 au Musée du Louvre) implanté à Sèvres grâce au mécénat de la Fondation Bettencourt Schueller[657] »

La stratégie numérique au sein de la Cité de la céramique, Sèvres et Limoges, est alors envisagée en tant que moyen de valorisation et de patrimonialisation des

---

[655] Maud Gauchet-Lopez et Marie-Sylvie Poli, « Les médiations de l'art contemporain via les sites internet : des représentations paradoxales », *Culture & Musées* 3, n° 1 (2004): 98, doi:10.3406/pumus.2004.1189.

[656] Florence Andreacola, « Musée et numérique, enjeux et mutations », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 5 (1 juillet 2014), doi:10.4000/rfsic.1056.

[657] Source : site internet de la Cité de la céramique, Sèvres. Url : www.sevresciteceramique.fr/site.php?type=P&id=422 Consulté octobre 2015

collections, ainsi que pour la sauvegarde, le partage et la diffusion du patrimoine matériel et immatériel de la Cité[658]. Certaines salles proposent la technologie du code QR pour accéder aux contenus et informations en lien avec les collections, ainsi que des bornes numériques diverses. Aussi, la Cité possède sa propre application d'aide à la visite des collections permanentes pour Smartphones et tablettes, en français et en anglais, en téléchargement gratuit[659] :

> « Ce guide d'accompagnement à la visite vous invite à un parcours-découverte des collections à travers 26 chefs-d'œuvre. Les « incontournables » offrent un panorama représentatif de la richesse des collections, et le « Bestiaire » propose un parcours sous l'angle des animaux destinés au jeune public […] L'application permet de préparer sa visite, de découvrir sur place ou à distance un patrimoine exceptionnel en Europe, témoin de l'histoire des techniques et des civilisations puis, par la suite, d'approfondir ses connaissances sur les collections des arts du feu de la Cité »

Cette application a été produite par la Cité de la céramique, Sèvres & Limoges et comporte des textes explicatifs de l'institution, des objets et des œuvres, des audio, une vidéo de présentation, des photos, un agenda avec les activités (expositions, visites guidées des collections, ateliers, conférences…), informations pratiques (accès, horaires, tarifs) et enfin, des liens vers des réseaux sociaux de l'institution : Facebook, Twitter, Google+, Youtube.

Les explications des objets et des œuvres choisies s'orientent majoritairement vers une représentativité technique, culturelle et historique. Le premier objet correspond par exemple à une figure anthropomorphe chypriote, datant de vers 13000 av. J.C., et

658 *Idem*

659 Ces outils ont été en grande partie élaborés grâce au mécénat de la Fondation Bettencourt Schueller, premier Mécène de la Cité de la céramique grâce à laquelle une numérisation des collections est en cours, dont les contenus seront intégrés dans la base Joconde qui est le portail en ligne des collections des musées de France.

le dernier à un vase de Pierre Soulages réalisé en 2000 à la Manufacture de Sèvres. Des jarres, figurines animalières, vases, bols, sculptures sont également quelques objets figurant sur l'application. Voici un commentaire laissé par un utilisateur sur la « Play Store » :

> « Bien comprendre une poignée d'œuvres, mais peu de clés pour comprendre sa visite. […] Absence de plan du musée, peu de contenus sur les techniques et explications muséologiques »

Ces dispositifs de médiation « peuvent se caractériser par le fait qu'elles (ils) proposent des contenus édités et où les possibilités d'adaptations résident dans l'usage qui va en être fait pas les visiteurs et donc d'abord dans leur envie de s'emparer de ces outils dans le cadre de leur visite, mais aussi dans des contextes différents qui sont ceux de la vie du visiteur, et plus particulièrement après sa visite[660] ». En effet, l'institution va aussi pouvoir exploiter les données ou « traces » laissées par les usagers (surtout quand celui-ci s'est créé un compte personnel). C'est ainsi que « les institutions qui sont en possession de ces données et qui les traitent se donnent la possibilité de mieux connaître les goûts et les intérêts des internautes avant même de leur poser des questions[661] ». Téléchargée seulement environ 500 fois (en décembre 2016 et 100 téléchargements pour la version en anglais. On compte 10 000 téléchargements pour le Louvre à titre d'exemple) il est possible d'interpréter ce chiffre comme la non-introduction de l'usage du numérique auprès des publics dans ce musée, voire du monde de la céramique en général. Cependant, malgré le faible intérêt que peut susciter l'application, l'objectif de renforcer la relation, mieux connaître les attentes et proposer des offres toujours plus adaptée, se joue ici avec force. La Cité intègre l'équation générale des institutions muséales tendant à modifier les rapports entre le visiteur et l'institution, et intervient dans la visibilité du projet de transformation du musée et du monde de la céramique.

[660] Andreacola, « Musée et numérique, enjeux et mutations ».

[661] Ibid.

L'espace numérique pour reconstruire la valeur matérielle de l'art ?

Internet peut constituer pour la céramique contemporaine, comme pour l'immense diversité de domaines qui l'investissent, une vitrine de valorisation. La culture numérique intervient par ses nombreuses fonctions sur le rapport matériel et immatériel entre les visiteurs et les objets. Nicole Crestou avance que c'est : « Charles Eisautier (qui) a défendu les intérêts du métier en créant d'abord un service sur le minitel, puis un site internet *ImagineCeramic* proposant, annuaire, annonces, forum, calendrier d'exposition, etc., et surtout une librairie[662] ». Référencé aujourd'hui sur le domaine www.ceramique.com, ce site est présent sur le net depuis 1997. Le discours sur l'utopie numérique, récurrent en céramique, porte notamment sur l'accès aux formules de techniques et matières auparavant difficilement accessibles. La ligne de rupture se pose ainsi entre la représentation d'un milieu fermé et réservé aux seuls connaisseurs et pratiquants des processus techniques, et l'ouverture qu'internet incarne :

> « La révolution internet a apporté la possibilité d'accéder en quelques secondes à des sites présentant les créations du monde entier. L'aide désintéressée, les conseils et les cours sont maintenant facilement accessibles. Ce qui n'était pas le cas quand Daniel de Montmollin a ouvert la voie aux publications avec sa méthode de recherche des émaux qui a aidé tant de potiers[663] »

Si bien, des sites internet tels que www.ceramophiles.com, www.ceramique.com, www.Cfiles.com, aspirent à mettre en avant les transformations les plus récentes du milieu, la majorité se construit en canal d'informations pratiques (expositions, activités, dates des marchés, publications, etc.). Ils ambitionnent également de pallier à la méconnaissance de la « céramique contemporaine » et à compenser le désintérêt médiatique. Le magazine en ligne anglophone Cfile.com par exemple, a été fondé en réaction aux « changements radicaux dans l'art et le design ayant provoqué une confusion dans la céramique contemporaine, qui se trouve très peu médiatisée. Les

---

[662] « La céramique en partage » par Nicole Crestou est un article paru dans le numéro 200 de la Revue de la céramique et du verre (2015) lequel dessine un portrait dynamique du monde de la céramique porté par ses acteurs professionnels. À partir de quelques initiatives collectives, il se veut un texte de remerciement aux acteurs engagés.

[663] « La céramique en partage », Nicole Crestou, La Revue de la Céramique et du verre, N°200, 2015. p.85

ressources sont limitées, et les obtenir exige une ligne d'information constante ainsi qu'une véritable innovation dans l'enseignement, les pratiques d'atelier, les marchés, et de l'érudition pour atteindre un nouveau rôle dans les arts visuels, le design et l'architecture. CFile est une communauté mondiale d'éducateurs, créateurs de céramique, critiques, conservateurs, collectionneurs, marchands, et jeunes techniciens (…) CFile Quotidien est un journal d'information édité par Garth Clark qui reçoit plus de 720.000 visites par an (en hausse) de lecteurs dans 189 pays[664] ». Comme pour Cfile, nombre de sites web se donnent pour mission de valoriser la céramique contemporaine en déployant des discours de régulation en matière d'innovation de la céramique et art contemporain grâce à l'action notamment de la catégorie d'« experts ». L'expertise recouvre ainsi des réalités très hétérogènes, que ce soit au niveau du statut professionnel (céramistes, chercheurs, commissaires d'exposition, etc.) ou de la nature des savoirs mobilisés[665]. Ancrés dans des logiques de valorisation, les espaces collectifs et individuels de médiation numérique de la céramique (blogs, sites web, carnets) s'inscrivent dans le courant d'infiltration des réseaux sociaux et la toile en général. Mais nombre de ces espaces aux objectifs ambitieu, font face à la difficulté relative à l'enrichissement et l'actualisation des contenus. Exemple significatif de la nécessité de développer une véritable stratégie de présence web ainsi que de s'adapter aux besoins des publics : Le Club de collectionneurs lançait un appel à participation en direction de ses membres. Pourtant, l'appropriation des outils et des standards du numérique n'est pas simple :

> « Chers amis, vous pouvez, de nouveau, vous connecter au site. Les améliorations qui ont été apportées ont pour but de faciliter l'utilisation du site et surtout d'en faire un support régulier d'échanges entre nous et avec des tiers. C'est pour cela que nous avons mis en place un système d'alertes. Toute mise en ligne nouvelle déclenche un

[664] Traduction personnelle de l'anglais : "Why was CFile founded? Radical changes in art and design and a breakdown of the status quo have left contemporary ceramics confused, in crisis, and under-informed. The field's resources are limited, yet catching up demands a constant information hotline as well as real innovation of education, studio practices, markets, and scholarship to achieve a prominent new role in mainstream visual art, design and architecture. CFile is a global community of cutting-edge educators, ceramics creatives, critics, curators, collectors, dealers, and brilliant young techies. (…) CFile Daily, a news and review journal edited by Garth Clark, receives over 720,000 visits a year (and growing) from readers in 189 countries. Only two years old, it's already the most influential champion for avant-garde ceramics ». URL : https://cfileonline.org/cfile/ - Consulté le 10 novembre 2015

[665] Lionel Cauchard, « L'organisation de l'expertise dans les espaces de normalisation technique », *Revue d'anthropologie des connaissances* Vol. 7, n° 1, n° 1 (4 mars 2013): 173‑93.

> message envoyé aux membres figurant sur le fichier du Club. […] Nous vous rappelons que chaque membre dispose de trois façons d'intervenir directement sur le site -le forum, informations postées par les membres et rédaction de textes- […] Le site comporte les rubriques que vous connaissez et notamment les actualités et la documentation. Actuellement je suis seul avec le webmaster à procéder aux mises en ligne. Je serais très heureux que des volontaires se fassent connaître pour nous aider. Le facteur limitant est le temps, bien sûr. Ceci étant, les actualités ne peuvent avoir un caractère systématique. Elles doivent porter sur des événements importants pour le monde céramique. On peut penser plutôt à des expositions ou des manifestations des acteurs publics et s'il s'agit d'une activité à but commercial, elle doit présenter une spécificité thématique ou participer à un débat. Si certains d'entre vous ont des idées d'actualités ou sont susceptibles de proposer des textes pour la rubrique documentations, je les remercie de m'en faire part. J'espère que le site va trouver une dynamique nouvelle. Dans notre monde, l'existence d'une communauté repose sur sa capacité d'expression numérique. N'hésitez pas à nous faire part de vos souhaits. Un site est un outil vivant qui peut en permanence être amélioré[666] »

Ce message communique d'une part les modifications réalisées au sein du site web du Club pour dynamiser la circulation d'informations, et d'autre, l'appel à participation des membres dans l'écriture des contenus face à la faible participation des membres. L'appel à participation détermine ainsi une volonté de collectivisation de la pratique de membre, d'amateur et d'appartenance au club à partir de l'« expression numérique ». Des discours observés au sein de l'écriture numérique de la céramique, il ressort la volonté de redonner une visibilité à la matérialité là où l'objet physique n'y est pas. Paradoxe de l'innovation, le numérique se pose de plus en plus comme le lieu où s'affirme la matérialité de la céramique en tant qu'art contemporain à part entière.

1.6 Les médiations interpersonnelles des objets

À chacune de mes rencontres avec des collectionneurs, j'ai été invitée à toucher les objets et/ou à choisir mon bol pour boire un thé ou un café (parfois l'on a choisi pour moi). Cette invitation devient le catalyseur d'une médiation interpersonnelle des objets. Elle est le point de départ d'une médiation pouvant aller de l'origine de l'objet, le contexte de son acquisition, l'anecdote qui s'y rattache, ou plus largement sur sa pratique. Les propos de François que nous rapportons ici, l'illustrent bien :

[666] Mail envoyé le 16 septembre 2016 aux membres du club par Bernard Bachelier, président du Club.

> « Je ne fais pas de différence, à différence de Loïc qui collectionne des bols dont il ne se sert jamais. Moi, je me sers de mes pièces. Alors je vais vous inviter à venir à la cuisine. Ça vous montrera une autre partie de mes pièces. Ici, les invités choisissent leur bol »

Marie et Michel effectuent aussi des actions de « médiation interpersonnelle des objets » en famille, et notamment avec leurs petits enfants. Celles-ci peuvent prendre diverses formes : de la cérémonie du thé au petit déjeuner où chaque enfant choisit son bol. Entre action ludique et rituelle, ces moments autour des objets servent d'une part à familiariser les enfants au contact avec l'objet, mais aussi à l'approche de la culture céramique et autres traditions culturelles comme la Japonaise à travers la cérémonie du thé.

> « Avec nos petits enfants, on a fait des expériences très intéressantes : quand elles viennent, elles doivent choisir un bol pour le petit déjeuner. Donc elles vont, choisir un bol et c'est rigolo de voir qu'elles sont attirées par les bols plus clairs… Puis un jour on a essayé la cérémonie du thé par ce qu'on avait ramené du thé Machay du Japon… et on leur a dit qu'on allait faire l'esprit japonais et on leur a demandé à quoi ça leur faisait penser… et là elles ont répondu : « Je vois un paysage, je vois la neige, la mer… etc. » et ensuite on leur a fait boire le thé… et c'est dégueulasse ! mais elles ont réclamé une deuxième fois ! »

Cette mise en situation apporte à modifier les rapports s'établissant entre l'enfant et l'objet. Plus ou moins formalises, ces types de médiation s'inscrivent dans un cadre affectif du partage, en même temps qu'elles s'instruisent en tant que processus de transmission. D'un côté, le cadre ludique, voire de situation de jeu impliquerait un changement dans les représentations de l'objet (le bol). De l'autre, l'expérience sensorielle par le « toucher » s'instaure en un modèle ritualisant, et plus amplement, en un modèle relationnel admis comme ordinaire, inscrit dans un cadre de la quotidienneté du rapport avec la céramique :

« Il y en a qui commencent à mettre « ne pas toucher ». Là on leur fait la tête. Un truc qu'on ne peut pas toucher ? Mais si on casse, on le paie, d'accord, mais une céramique c'est important de toucher ! Nous on n'achète pas un bol s'il n'est pas bien en main. Si on ne peut pas boire notre thé dedans, on ne l'achète pas. C'est important, la matière, ça se touche ! le poids, la texture… c'est important tout ça…. »

Image. A gauche : collectionneur prenant dans ses mains une œuvre d'Alain Girel lors de la vente aux enchères (2014) / A droite : collectionneur touchant une pièce de Pierre Bayle lors de l'exposition-vente de fermeture de la galerie HD Nick dans le Gard (2015)

La question du toucher détermine la relation entre l'individu et la matière, dans la mesure où la valeur d'un « objet unique » en céramique se retrouve aussi dans l'entre-deux de sa durabilité et sa fragilité. La valeur de rareté constitue un cadre de référence pertinent dans l'étude de la construction de la valeur artistique, la compréhension par l'analyse matérielle étant au centre des stratégies de réception des objets. Raymonde Moulin compose la certification de la valeur à travers l'unicité de l'œuvre et la possibilité d'une éventuelle substituabilité entre les biens diminuant selon que l'on approche de l'excellence artistique et de la rareté extrême. La montée de la valeur de l'œuvre suppose ainsi que la « rareté rarissime » soit constituée comme valeur artistique à travers la définition « de la place de l'artiste dans l'histoire de l'art et la

place d'une œuvre particulière dans l'œuvre entière de l'artiste[667] ». Si bien, l'identification de ces éléments au sein de l'œuvre intervient dans la construction de la valeur artistique, s'ajoutent, en céramique, les effets temporels de sa matérialité. Contrairement à l'éphémère de certaines œuvres contemporaines, la matérialité de la céramique s'élève comme un élément fort de sa valeur : « A l'effet originel de rareté s'adjoignent deux facteurs temporels de raréfaction. Bien que les œuvres d'art ne soient pas physiquement impérissables. Il est impossible de faire le bilan de celles qui ont été perdues du fait des cataclysmes naturels ou des destructions humaines[668] ». Effectivement, les objets céramiques contemplent une double caractéristique liée aux facteurs temporels de raréfaction. La matière, symboliquement et matériellement reliée à sa permanence et sa résistance (de par les processus de changements physiques de la matière), se voit conférer en même temps la caractéristique de sa fragilité (fracture par impact). Cette dualité est souvent signifiée comme le signe d'une double valeur : le matériau, contrairement au bronze ou la pierre, pourrait se briser et perdre ainsi sa valeur. Néanmoins, les objets semblent être en partie appréciés justement par cette fragilité, devenant gage d'excellence technique et esthétique : « Cette pièce est translucide tellement elle est fine. Tu vois ? Elle est tellement fragile, mais dans des bonnes conditions elle peut survivre à l'histoire », témoignait un céramiste, en nous montrant une coupe en porcelaine blanche.

Le rapport au corps et la matière : pivot de la médiation interpersonnelle

Parmi les images choisies pour parler d'un objet céramique, le rapport entre la matière et le corps revient constamment. Se remarque dans ce lien affectif, une relation entre la matière et la notion de travail, à une époque où justement l'œuvre d'art n'est plus valorisée à partir de ces critères, mais parce qu'elle est perçue comme étant « porteuse d'un potentiel de créativité inédite et donc propice à nous enrichir d'un nouveau rapport à l'art et au monde[669] ». Tout en étant porteur d'une valeur symbolique, le

---

667 Raymonde Moulin, *Le marché de l'art: mondialisation et nouvelles technologies*, Paris, France, Flammarion, DL 2009, 2009, p. 14.

668 *Ibid.*

669 *Découvrir et comprendre l'art contemporain,* par Alain Bourdie, Dominique Bénard, Anne-Marie Houdeville, Éditions Eyrolles, 2010, Pg. 10

facteur manuel reste un élément irrévocable dans l'exigence technique et le contact physique entre la matière et le corps de l'artiste :

> « Je crois qu'ils (les céramistes) l'apprécient pour la fluidité, le caractère très corporel. C'est le matériau privilégié pour parler d'une certaine joie de vivre, d'une jouissance physique et aussi de la mort, car c'est aussi notre destination finale. C'est un matériau qui est très viscéral et très lié au destin humain […] Je pense que la céramique est un matériau exigeant, qui ne s'improvise pas. Il y aura toujours des barrières difficiles à franchir, sur des notions de cuisson, d'émail…[670] »

Le tournage par exemple, une activité traditionnellement associée au monde potier et artisanal, est exprimé par Frédéric Bodet sur les bases de ses possibilités plastiques, notamment en lien avec le rapport esthétique entre le corps (du céramiste) et la matière (l'argile, la terre, l'eau, etc.). Selon lui, la jeune génération s'intéressant au tournage et n'ayant pas de formation spécialisée aurait de lacunes techniques ne leur permettant pas la même approche au matériau, que s'ils en avaient la maîtrise :

> « On imagine que le tournage est quelque chose de désuet, qui n'appartient qu'au domaine du potier. Le tournage offre des possibilités plastiques tout à fait étonnantes. Il y a une question de souffle qui se met en place en tournant, c'est une métaphore du corps. Les plasticiens formés à autre chose ne ressentent pas ça, ou en tout cas ne sont pas capables de le maîtriser. Parfois, il y a une belle intention conceptuelle, mais il y a aussi des déficiences techniques qui limitent un peu l'ampleur de la forme. Il y a de très bonnes idées qui réactivent effectivement l'imaginaire de la céramique »

L'attachement aux objets peut se lire également sous l'ombre du désenchantement vis-à-vis des humains : « Les objets appartiennent à ceux qui les rendent meilleurs […] Ils dissent moins de bêtises que les hommes », nous confiait François, collectionneur. Si bien cette phrase, teintée d'un certain existentialisme met en avant un registre opposant l'objet de l'humain et en lui attribuant la valeur symbolique de

[670] Interview avec Frédéric Bodet à l'occasion de Circuits céramiques, Par Christophe Salet, Site Internet ParisArt, 15 nov. 2010

refuge, il demeure plus fréquent que l'objet fasse le lien entre les humains. Aimer, défendre, collectionner, transmettre… sont des actions s'articulant à la construction d'un système de représentations sur lequel se fonde la médiation de la céramique contemporaine. La singularité des chacune des formes de médiation que nous venons de voir montre que l'amour pour la céramique -qu'elle se traduise ou pas par la formation d'une collection, l'investissement organisationnel, la médiation par l'écriture, etc. - est une pratique individuelle mais fortement déterminée par le collectif et par l'identification et le partage de la « culture céramique ». L'intérêt porté aux « choses » peut se traduit déjà pour certains comme un engagement. Le choix de vivre entouré par des objets que l'on considère « beaux », d'en prendre soin et de partager ce plaisir avec autrui, fait que ce collectionneur se sente l'émissaire d'un engagement :

> « Je crois qu'à partir du moment où je prête autant d'attention aux choses, où je me documente, où j'apprends, je transmets ; je suis engagé. Les gens ne viennent pas chez moi sas découvrir à un moment donné la céramique. Simplement déjà par ce que je ne leur donne pas à manger dans de la vaisselle industrielle. […] Je veux que les objets soient beaux. Donc là il y a une forme d'engagement, dans ce que je communique aux autres »

Partager sa passion avec d'autres personnes à travers l'objet rejoint un autre registre de l'engagement. Pour François, l'implication et l'échange d'idées participe de la construction d'un système où la parole ferait converger les aspirations individuelles vers des postures collectives. La médiation est en effet considérée comme un engagement individuel :

> « Oui, je suis engagé. Je suis cofondateur du Club de collectionneurs. Non pas parce que j'ai fait énormément des choses. Je ne suis pas d'une aide précieuse, mais quand même je suis là. Je suis à l'écoute, je participe, on aime bien discuter. Comme j'ai des idées bien précises sur ce que j'aime, sur ce que je n'aime pas, je pense que cette contribution est enrichissante d'une certaine manière »

Malgré son investissement perçu par lui même comme limité dans la vie du Club dont il est membre et co-fondateur, le partage de sa passion implique pour lui un réel exercice de médiation lequel part de son engagement dans le milieu. Parler d'un artiste à un ami ou à un collègue, débattre, offrir une pièce, écrire, etc., sont quelques façons de sentir engagé et devenir médiateur de sa passion, d'aider à « former le regard ». C'est alors que l'on peut affirmer que plusieurs formes d'engagement se cumulent chez les collectionneurs d'art contemporain et de céramique :

> « Les sept formes d'engagement les plus souvent énoncées sont : prêt d'œuvre pour une exposition en institution ; soutien financier ou matériel à l'artiste ; participation au conseil d'administration ou à une commission d'achat d'une institution dédiée à l'art contemporain ; conduite d'un projet d'exposition en collaboration avec un commissaire d'exposition ou un critique ; publication ou participation au financement de catalogues d'artistes ; don d'œuvres à un musée ; dépôt d'œuvres dans un musée »

Cette articulation entre la médiation et l'engagement est pertinente dans la mesure où l'on perçoit le concept d'engagement sous des champs théoriques et pratiques larges. De nombreuses voies sont empruntées à l'heure de partager sa passion, comme c'est le cas des médiations interpersonnelles du collectionneur. Si bien, cette interrogation prend appui sur les travaux sociologiques de la culture ayant mis en évidence le rôle du capital culturel dans la formation du goût, les publics et les pratiques culturelles, il insiste sur l'intérêt de questionner l'incidence de certaines actions dans l'énonciation d'un engagement, fonctionnant non seulement comme un discours de qualification des œuvres, mais aussi comme un véritable « produit communicationnel[671] ». En ce sens, ces actions mises en place par l'amateur en direction des personnes non connaisseurs (invités, famille, étrangers) dans la sphère privée rappellent d'autres initiatives comme le « Café céramique » dans les marchés potiers. Les médiations interpersonnelles des objets donnent à voir la construction d'un système discursif allant de la représentation de la céramique à l'attachement artistique et son imaginaire en tant que culture partagée.

[671] Jean Davallon, *L'exposition à l'oeuvre: stratégies de communication et médiation symbolique* (Paris, France, Canada, 2000).

Conclusion : La médiation culturelle de la céramique : sa valeur médiane

La médiation est un terrain propice à la compréhension sémantique des processus de construction de la valeur ainsi que des représentations du monde de la céramique. En puisant sur les registres de la technique et de l'analyse esthétique contemporaine, ce système articule diverses cultures artistiques. La médiation devient donc le territoire de l'affranchissement de la condition ambivalente et des clivages entre art/artisanat puisqu'elle permet d'intégrer les cadres signifiants où s'affirme la malléabilité comme une force. L'étude des formes de médiation a permis de saisir une représentation commune de la céramique en tant qu'unité composite et insérée dans une multitude de processus définissant ses valeurs d'usage, techniques, symboliques.

> L'étude des médiations transverses a permis d'abord de saisir combien les dispositifs classiques – humains et techniques — se composent des modalités aspirant à la démocratisation culturelle de la céramique. Le cas des visites urbaines à Limoges par exemple montrait combien certains territoires investissent les politiques locales culturelles en stratégies touristiques aux enjeux patrimoniaux face à la difficulté de faire entrer la céramique dans les musées. La médiation par les nouvelles écritures numériques ont été explorées en tant que supports de l'artification et comme des instruments témoins d'un monde artistique. Les médiations interpersonnelles s'imposent elles, comme les outils de représentation de la céramique à partir des engagements tant individuels que collectifs, pour la transmission des valeurs singularisants (la fragilité, l'usage, le rapport entre corporalité et matérialité, etc.).

La médiation culturelle de la céramique, inscrite dans des cadres de significations larges, permet de conclure qu'il s'agit d'un modèle aspirant à faire basculer les discours établis sur la séparation entre l'artisanat d'art et l'art contemporain en transposant l'objet physique à l'objet social. La médiation devient ainsi la valeur médiane de la céramique (la médiane est définie comme le « nombre réel qui partage en deux parties d'égale fréquence les éléments d'une distribution statistique supposés rangés par valeurs non décroissantes[672] »). C'est à partir de cette composition que la médiation se pose en opérateur d'une médiane artistique, puisqu'elle place une ligne de consensus dans l'ensemble de valeurs patrimoniale et artistique en deux valeurs égales. La médiation désigne de manière volontairement floue et à cheval entre deux mondes, un vaste territoire artistique construit sur un ensemble qui s'étend de l'acception traditionnelle de la pratique à son développement vers l'art contemporain dans le sens paradigmatique du terme.

---

672 Source : Dictionnaire Larousse en ligne. Url : http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/médiane/50091. Consulté le 10 janvier 2017

Chapitre II : Collectionneurs, amateurs : enquête au cœur de la céramophilie

En nous plaçant sous l'angle de l'organisation individuelle et collective des amateurs de céramique, il s'agit de comprendre, à travers les discours et les stratégies organisationnelles, les dimensions de l'attachement artistique. Et c'est à l'instar du rapport ministériel sur les « Collectionneurs d'art contemporain : des acteurs méconnus de la vie artistique » (2015), et en nous inspirant de l'ouvrage de Brigitte Derlon et Monique Jeudy Ballini « La passion de l'art primitif » sur les collectionneurs d'art primitif, que cette enquête aspire à explorer les manières dont les collectionneurs (en tant qu'amateurs) se rapproprient intellectuelle, matérielle et affectivement les objets et les façons de (se) les représenter. À travers le cas du Club des collectionneurs de céramique « Les céramophiles » nous tenterons de saisir : qui sont les amateurs de céramique ? Comment se compose ce monde ? Quels sont les freins à l'attachement et à travers les activités et les postures ? Quelles sont les éthiques et les esthétiques guidant leur pratique ? En partant d'une définition de l'amateur élargie, nous tenterons d'approcher le système de représentations que les collectionneurs et céramophiles mobilisent sur leur propre pratique au cœur de la relation avec les objets. Nous tenterons ainsi de comprendre pourquoi et comment opère la céramophilie. Pour cela, l'approche représente à la fois un défi méthodologique puisqu'elle place le public amateur en entité dotée de savoirs et de connaissances professionnelles spécifiques et de l'ordre de l'expertise. Ce chapitre retrace le monde social de la céramique à la lumière d'un éclairage donné par ses amateurs à travers leurs pratiques, interactions, discours, postures, contradictions, valeurs… et il cherche à mieux comprendre comment, en environ trois décennies, s'est formé un amour singulier pour la terre, un public changeant, mais aussi expert et critique concédant à ce monde une place à part, mais une place forte de ses liens humains. C'est à partir de ce critère de l'amour pour la céramique et de la collection en pratique vitrine de l'engagement qu'est appréhendée ici la question de l'attachement artistique et le système de représentations sociales vis-à-vis de la céramique. La considération des aspects de la collection dans leur variabilité conceptuelle vise à éclaircir ce qui caractérise, relie et singularise les amateurs au monde qu'ils investissent et à mieux connaître leurs rôles dans les changements des représentations et le déplacement des frontières artistiques.

Le mouvement est le mode d'existence, la manière d'être de la matière… la matière sans mouvement est aussi inconcevable que le mouvement sans matière

F. Engels, Anti-Dühring, 1931

1. Vers une définition théorique de l'amateur, la collection et la céramophilie

La notion d'amateur s'entend dans ce texte au sens de la figure stéréotypée de l'amateur d'art présente aux XVIIe et XVIIIe siècles : celui qui aime l'art et entretient une relation singulière avec les objets d'art. L'amateur d'art est défini par le dictionnaire Larousse comme une « personne qui s'intéresse à l'art, à un art, et qui réunit, généralement avec goût et discernement, des œuvres, des objets d'art ». Il est aussi désigné comme un connaisseur de ce qu'il aime. Ce terme sert donc à qualifier de manière positive une forme d'attachement entre une personne et une chose, une pratique, etc. (« être amateur de… »). Les travaux de Charlotte Guichard sur l'identité de la figure de l'amateur au XVIIIe siècle ont mis en évidence l'importance de son rôle dans la construction de la valeur artistique de l'époque à travers de multiples activités (achat, soutien des artistes, publication d'inventaires des collections privées, catalogues des ventes, etc.), lui accordant une place au sein d'une élite de connaisseurs. Mais cette notion d'amateur, d'abord comprise par son acception positive, a été dépréciée lorsqu'elle a été importée en Angleterre vers la fin du XVIII siècle pour être appliquée aux pratiques sportives. C'est ainsi qu'André Gunthert attribue l'apparition de la deuxième acception du terme : celle qui renvoie à une pratique à laquelle on se consacre de façon non professionnelle[673]. Connotée négativement, la notion d'amateur s'oppose ici au professionnel et à l'expert soulevant le manque de compétences et aptitudes de manière à le dévaloriser. Ce phénomène est désigné par André Gunthert comme un « processus d'inversion de légitimité ». Toutefois, ces deux définitions contradictoires décrivant d'un côté une personne qui aime quelque chose et de l'autre, une personne qui aime, mais ne sait pas bien faire, ne distinguent plus à l'heure actuelle deux significations opposées,

[673] André Gunthert, *Ne parlons plus des amateurs | L'Atelier des icônes*, http://culturevisuelle.org/icones/2801, (Consulté le 6 juin 2016).

autant qu'elles n'en font pas une non plus. Pour André Gunthert, le terme « amateur » ne correspond pas aux réalités actuelles, notamment face aux mutations apportées par le développement du numérique. L'amateurisme se métamorphoserait ainsi en emblème des nouvelles pratiques numériques, notamment au sein des plateformes participatives et l'implication grandissante des usagers dans la production des contenus. Cette nouvelle acception est d'autant plus contemporaine qu'elle désigne en même temps celui qui s'adonne à une pratique non professionnalisante, autodidacte, intermittente, dans un cadre d'échange, de partage, de coopération et d'engagement. C'est donc l'internaute qui vient articuler, voire même réhabiliter la signification positive de l'amateur contemporain en expert et médiateur. L'usage du terme « amateur » diffère donc selon l'analyse et se mobilise en tant qu'outil rhétorique « qui manifeste l'existence d'un conflit de légitimité[674] ». Antoine Hennion, en analysant la musique dans la situation sociologique, réintègre l'amateur au même titre que les dispositifs intermédiaires, comme sujet de sa passion puisque celui-ci opère dans une mise en relation active. De son côté, Howard Becker, dans « Les mondes de l'art », se réfère aux amateurs à partir de leurs pratiques externes puisqu'ils sont indépendants de la division du travail organisant les carrières artistiques et les conventions et qu'ils se caractérisent par une intermittence. Aussi, leur engagement intermittent et éclaté viendrait construire une identité artistique puisque celui-ci produit sans contraindre le marché ni prendre en compte le public.

1.1 De l'amateur au « Pro-Am »

La question est désormais de savoir dans quelle mesure cette nouvelle acception de l'amateur peut apporter à changer l'économie et la société. C'est la question que se posent Charles Leadbeater et Paul Miller en se penchant sur l'impact du groupe émergent des « Pro-Am » sur les plans politiques, culturels, économiques, etc. Ce qu'ils appellent la « pro-am révolution » concerne la figure hybride entre l'amateur et le professionnel et dont l'activité aurait influencé la forme actuelle de nos sociétés, depuis les deux dernières décennies[675].

---

[674] *Ibid.*

[675] En s'employant au cas des grimpeurs ou de la communauté d'individus apportant à améliorer les logiciels open source (le cas du monde numérique en est peut être le secteur où le pro-Am est le plus visible) ou encore chez des astronomes amateurs ayant apporté à des découvertes de taille, le *pro-am*

> "In the last two decades a new breed of amateur has emerged: the Pro-Am, amateurs who work to professional standards […] The Pro-Ams are knowledgeable, educated, committed and networked, by new technology. The twentieth century was shaped by large hierarchical organisations with professionals at the top. Pro-Ams are creating new, distributed organisational models that will be innovative, adaptive and low-cost[676] "

Derrière la notion de professionnel se trouve l'expertise dans un domaine particulier. Et le fait que celle-ci puisse être utilisée dans un système économique de valeur-échange. Le « Pro-Am » fait ce qu'il fait parce qu'il retire du plaisir et non pas pour la rétribution monétaire, alors qu'il développe les compétences d'un professionnel. L'activité devient ainsi "vitale" » pour son sens de « l'identité » et se trouve marquée par l'investissement proche de celui d'un professionnel. La figure du « Pro-Am » appelle ainsi à repenser les catégories sociales puisque les activités exercées se définissent difficilement selon le partage historique entre travail et loisir, professionnel et amateur, consommation et production. Alors que le loisir est une zone de liberté et de spontanéité, contrastant même avec la notion de travail, l'activité des « Pro-Am » comprend un entraînement, de la compétition, de la frustration, du sacrifice, de l'anxiété et de la ténacité, d'intenses expériences de créativité et d'expression personnelle. Il s'agit ainsi du profil d'un amateur, mais avec de standards professionnels où se développe le « capital culturel ». C'est ainsi que face à la variété de termes décrivant les personnes investies dans une passion de manière sérieuse : amateurs, fans, nerds, geeks, enthousiastes, hackers, aficionados, quasi-

---

est une notion que recouvre de nombreuses réalités. Son application au domaine de la céramique concerne autant l'apprentissage d'un bagage technique important que l'engagement pour un but commun qui est celui de la reconnaissance du champ en art contemporain. L'ampleur du Pro-Am est de plus en plus grandissante. Selon la commission électorale du Royaume Uni, « Audit of political » il sont 23 millions d'adultes par an à s'adonner à une forme de volontariat et de bénévolat contribuant ainsi à près de 90 millions d'heures hebdomadaires. Il s'agit d'une implication sur de multiples domaines que ce soit politique, religieux, humanitaire, éducatif, sportif, social, environnemental, culturel, artistique, etc. La plus populaire des activités est le jardinage (30%), suivie par le DIY (20%) puis par le sport (16%). C'est en quatrième position que se trouvent les loisirs créatifs (11%). Ainsi, la participation politique formelle serait en déclin mais prend la place les activités individuelles de manière régulière et avec un haut niveau de compétences dans le domaine.

[676] Charles Leadbeater et Paul Miller, *The pro-am revolution: how enthusiasts are changing our society and economy*, London, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord, Demos, 2004, p. 12.

professionnels… le néologisme permet de capter l'éventail terminologique à partir d'une hybridation de rôles. C'est donc sur un panel vaste d'activités que les amateurs s'engagent et ils le font dans un cadre sérieux (sans se rapporter au profil de l'individu accro au travail). Se distingue le collectionneur de l'amateur, en ce que la pratique est un plaisir, mais implique des investissements financiers, temporels, et s'inscrit dans le cadre d'une passion sérieuse. À cela s'ajoute le sentiment d'appartenance à une culture spécifique et commune. En effet, selon les auteurs, l'organisation sociale des Pro-Am se compose de l'apprentissage, la transmission des compétences, l'accréditation des connaissances à travers des examens, compétitions, auditions, etc., la reconnaissance des pairs, le partage des codes sociaux et des valeurs du groupe et enfin de la représentation d'une opinion commune au sein de la société en général. Les activités des Pro-Am s'exécutent principalement dans un cadre privé, mais impliquent des enjeux sociaux dont la société bénéficie de deux manières : par l'innovation et par le développement d'une démocratie plus sociale et profonde. Le développement de réseaux de collaboration, le partage d'idées et de risques, permet une inclusion sociale (dans la vie politique aussi). Sur le plan économique se trouve la participation dans la société à travers des inventions s'inscrivant en continuité des questions scientifiques (portées par la curiosité). De ce fait, et malgré la forte variabilité des formes de s'investir dans des activités, les « Pro-Am » incarnent les mutations des catégories de la pensée du travail et de l'attachement.

Par ailleurs, si l'on reprend la pensée de Michel de Certeau, le passionné invente son quotidien [677] et donne à voir par la créativité de ses pratiques quotidiennes, l'investissement d'un milieu avec sérieux et désir de savoir. Les moyens, le temps, le budget consacrés à ces pratiques, contribuent au développement de systèmes individuels et collectifs lesquels, à différents degrés, transforment les mondes investis. La pratique de la collection peut ainsi se considérer en tant que pratique professionnelle et spécialisée sans cesser d'être une activité de loisir. De fait, la frontière entre loisir et travail est constamment recomposée par les orientations données aux pratiques, ainsi que par le degré d'investissement, observables à l'aune de ce qu'ils produisent symboliquement. Olivier Donat, dans son article « Les

[677] Michel de Certeau et Pierre Mayol, *L'invention du quotidien*, Paris, France, Gallimard, 1990, vol. 2/, 415 p.

passions culturelles, entre engagement total et jardin secret[678] » distingue deux formes de passions culturelles se situant entre activité professionnelle et vie familiale :

> « (Le) « jardin secret » où la passion fonctionne comme support d'une identité « pour-soi » construite à l'écart des identités statutaires et celui de l'engagement total où elle apparaît comme le pivot autour duquel s'est organisé l'ensemble de l'existence de la personne »[679]

Christian Brombenger soulevait aussi à propos des « passions ordinaires »[680] qu'il s'agit d'activités, loisirs et passe-temps auxquelles les individus consacrent leur temps libre, mais avec une importante dose de professionnalisme. Ces activités — issues de l'augmentation du temps libre, le déclin du militantisme politique et syndical, l'essor d'une classe moyenne motivée par la consommation et les loisirs, la diversification des valeurs et des modes de vie — peuvent être comprises comme une volonté commune d'expression personnelle et d'épanouissement individuel. La sociologie des militants a traité la question à partir d'une autre perspective. Jacques Ion par exemple perçoit le militantisme actuel et l'adhésion idéologique, politique ou d'autre nature, contrairement au militantisme d'hier[681], au centre d'une action immédiate, qu'il nomme l'engagement au pluriel. Ces nouvelles formes de militance pragmatique sont aujourd'hui tournées vers le concret et s'articulent autour des principes de l'urgence, l'efficacité et la radicalité, tout en s'inscrivant dans un projet dans la durée. Les actions contestataires passent d'abord par une médiatisation, par la fabrication du collectif en opposition de l'institutionnalisation, et laissent la place à l'expression des singularités et des formes d'organisation en quête d'une efficacité dans l'action. Deux figures représentent le militant d'aujourd'hui : le militant affilié et le militant

---

[678] Olivier Donnat, « Les passions culturelles, entre engagement total et jardin secret », *Réseaux*, 2 février 2009, n° 153, n° 1, p. 79-127. URL : http://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-1-page-79.htm#re2no2

[679] *Ibid.*

[680] Christian Bromberger, *Passions ordinaires: football, jardinage, généalogie, concours de dictée...*, s.l., Hachette Littératures, 2002, 544 p.

[681] Jacques Ion, *L'engagement au pluriel*, Saint-Étienne, [France], Publications de l'Université de Saint-Étienne, 2001 ; Jacques Ion, *S'engager dans une société d'individus*, Paris, France, A. Colin, DL 2012, 2012, vol. 1/, 220 p ; Jacques Ion, Spyros Franguiadakis et Pascal Viot, *Militer aujourd'hui*, Paris, France, Autrement, impr. 2005, 2005, 138 p.

affranchi. L'adhésion passionnelle du premier se distingue de l'engagement distancié du second car en « se mobilisant de manière intermittente sur des objets précis [il cherche] à se préserver d'un engagement total[682] ». L'engagement de l'amateur, collectionneur et *céramophile*, trouve un parallélisme dans ces fonctionnements puisqu'il procède de la création d'outils théoriques, dispositifs de médiation et de défense du domaine investi. Cependant, il reste à connaître le caractère individuel et collectif de son engagement. Si l'amateur s'inscrit dans une nouvelle forme d'engagement, voire, de ce que Jacques Ion considérait comme une nouvelle forme de militantisme avec de nouvelles formes d'engagement : Jusqu'où l'amateur mobilise-t-il ses compétences et agit pour la valorisation de sa passion en nom de sa personne ou du collectif ? Si son expertise « par en bas » lui permet de modifier l'objet ; est-ce que sa passion lui confère-t-elle une véritable place dans les changements ?

1.2 Céramophilie et passion

Face à l'instabilité de la notion d'amateur va apparaître une nouvelle grammaire signifiant l'attachement, l'amour et l'appartenance à une pratique spécialisée. La « céramophilie », au même titre que la « cinéphilie » vient désigner quant à elle, l'amour et l'investissement des individus au sein des diverses composantes de la pratique. En effet, la céramophilie se définit par la même « manière d'être au monde » — pour reprendre la formulation d'Emmanuel Ethis concernant les cinéphiles — d'un groupe de personnes qui fait de la céramique le centre d'intérêt primordial de leur vie. Si en effet, les deux définitions couramment données aux cinéphiles recoupent d'une part l'amour et de l'autre le savoir, celles-ci ne correspondraient pas forcement aux réalités qu'elles recouvrent : « L'une tient le cinéphile pour quelqu'un qui aime énormément le cinéma ; l'autre le définit comme quelqu'un qui connaît très bien le cinéma[683] », mais le sociologue retiendra surtout la construction de la cinéphilie comme une manière d'être face au monde : « Ce que l'on retiendra surtout de cet âge d'or (entre la Seconde Guerre mondiale et mai 68), ce sont les modalités d'échanges, des paradigmes, de référencements et de conversations autour du cinéma qui vont

[682] Jérémy Sinigaglia, « Jacques Ion, Spyros Franguiadakis, Pascal Viot, Militer aujourd'hui », *Questions de communication*, 30 juin 2006, n° 9.

[683] Emmanuel Ethis, *Sociologie du cinéma et de ses publics*, Paris, France, Armand Colin, DL 2014, 2014, p. 112.

définir un horizon où se reconnaissent les cinéphiles et où se rejoignent avec eux une certaine façon d'aimer le septième art, une certaine façon de le dire et une certaine façon d'être au monde ». Si l'on procède au rapprochement de cette définition au vu d'un partage temporel comme pour le cinéma, l'âge d'or de la céramique se place sans doute dans les années 70 faisant écho à la deuxième naissance de la céramique d'art. La céramophilie aurait émergé ainsi en corrélation au processus d'artification, lequel se poursuit aujourd'hui en partant de la culture de métier et les « manières d'être face au monde » du potier, céramiste et amateur de la terre, et s'engage dans de nouvelles manières de « faire ce monde » (à travers sa pratique). Ainsi que Christian Metz définit la cinéphilie en « conduite fétichiste[684] », la céramophilie retrouve aussi l'émerveillement « devant ce dont la machine est capable », retrouvant écho non seulement dans la question technique, mais aussi, et surtout dans la rhétorique « poétique » et « symbolique » qui est couramment reliée à la matière. L'intérêt pour l'amateur, dépasse le sens unique de la réception, retrouvant des compétences au sein des lieux de l'art et la culture où il possède un rôle actif, émancipé de son rôle de simple spectateur, observateur (on peut dire que cela provient du développement de la nouvelle muséologie et les questions relatives à la médiation culturelle). L'instabilité terminologique de la notion d'amateur nous conduit à vouloir le considérer dans une acception nouvelle. Celle d'un public engagé individuel et collectivement. Celle d'un expert, un médiateur et un prescripteur des représentations sociales. À travers le cas des amateurs de céramique se mettent en lumière la portée des amateurs « céramophiles » et les systèmes narratifs et de représentations qu'ils construisent.

1.3 Manières d'être et de faire collection

C'est donc au cœur de la pratique de la collection que nous avons saisi le plus grand nombre d'aspects relevant du système de représentations sociales de la céramique, de l'attachement et l'engagement artistiques, en tant que céramophiles et « pro-am ». Les dimensions de la pratique de la collection rappellent ce que Krzysztof Pomian distinguait dans son traité sur les « collectionneurs, amateurs et curieux » : la dimension sociale : le contenu comme l'accès dépendent du statut du collectionneur — (il s'agit « de la place qu'ils occupent dans la hiérarchie du pouvoir, du prestige, de

[684] C. Metz: 1984, P.102 dans *Ibid.*

l'éducation et de la richesse[685] »), la dimension économique qui est directement liée à la dimension précédente, et qui concerne les objets composant la collection puisqu'ils sont porteurs de valeurs (ils sont échangés, donnés, vendus, achetés, pillés, volés…) et composent selon lui, le corps et le jeu entre visible et invisible de la collection. Il évoque également la dimension géographique — l'organisation spatiale de la collection, sa localisation, son organisation politique et sa distribution spatiale —. Chacune des dimensions de la collection a été considérée de manière distinctive. La relation entre la consommation et la collection a été pour Russel Belk[686] la possibilité de mettre la focale sur les aspects de la culture de la consommation, les désirs et les comportements de la consommation matérielle ainsi que ses processus de communication. Si la collection est un marqueur de classe sociale c'est parce que collectionner est « un processus actif, sélectif et passionné d'acquisition et de possession d'objets choisis non pas pour une utilisation ordinaire, mais pour le caractère unique de l'objet ou de l'expérience qu'il génère[687] ». D'autres recherches appréhendent ce phénomène sous un système des objets[688] à travers le prisme fonctionnel, discursif et symbolique comme l'a fait Jean Baudrillard, Thierry Bonnot et Dominique Pety. En effet, miroir de la civilisation matérielle, la collection est ancrée dans un cadre légiféré par le cumul de choses (la collection comme l'allégorie des sociétés de la chose). Dominique Pety, dans son article « sémiotique de la pièce de collection » revient sur l'ontologie de l'objet et le caractère transfiguré des sens dont il est doté. En effet, pour Pety, « la pièce de collection fait partie d'un projet plus vaste (la collection comme ensemble) (…) et elle relève par nature d'un processus de sélection, de distinction et d'exhibition[689] ». En s'intéressant à la pièce de collection, Dominique Pety rapporte la distinction des objets qu'emploie Karl Marx dans *Le Capital*, et les dotant d'une double valeur (comme s'il s'agissait d'une double nature) : les objets « d'utilité » et les objets « porte-valeur ». Cette dualité s'applique

685 Krzysztof. Pomian, *Collectionneurs, amateurs et curieux: Paris, Venise, XVIe-XVIIIe siècle*, [Paris], Gallimard, 1987, p. 12.

686 Russell W. Belk, *Collecting in a Consumer Society*, s.l., Psychology Press, 1995, 202 p.

687 Russel Belk, 1995, p. 479, dans Caroline Riché, Marion Vidal et Nathalie Moureau, « Les valeurs de consommation des grands collectionneurs d'art. Etude des représentations médiatiques », *Management & Avenir*, 25 octobre 2016, n° 87, p. 36.

688 Jean Baudrillard, *Le système des objets:*, Paris, France, Denoël-Gonthier, 1984, 245 p.

689 Dominique Pety, « « Sémiologie de la pièce de collection » » dans *In Usages de l'objet: littérature, histoire, arts et techniques, XIXe-XXe siècles*, s.l., 2014, vol.Colloque à l'université de Lausanne en octobre 2012., p. 197.

aux objets de circulation marchande produisant le « fétichisme de la marchandise ». Si la valeur d'usage vise uniquement à combler les besoins et les attentes des hommes, l'accumulation de marchandises, fabriquées en grandes quantités, illustre le capital par l'effacement de toute trace de travail de l'humain. Par là, Marx revendique la valeur aliénante de la marchandise qu'il qualifie de « fantasmagorique » du fait que la valeur symbolique occulterait la valeur d'usage. C'est lorsque « le collectionneur actualise les représentations archaïques latentes de la propriété[690] », qu'intervient la transfiguration des objets marchandises en pièces de collection. Walter Benjamin, grand collectionneur de livres et ayant consacré une place importante aux objets dans ses travaux, désignait le collectionneur comme un « allégoricien » de par sa capacité à transfigurer symboliquement les objets. Cette opération n'ôte pas la réalité de sa présence, mais lui accorde une signification nouvelle en vertu d'un lien arbitraire entre l'« allégoricien » et l'objet : « La collection, telle que l'analyse Benjamin, met ainsi en lumière à la fois un rapport archaïque à l'objet, prolongement de la personne, et un rapport hautement intellectualisé, une entreprise de structuration du savoir sur la base matérielle de l'objet[691] ». Pour Dominique Pety, le collectionneur produit cette transfiguration des objets parce que l'objet présent et matériel est doté d'une valeur symbolique, qui le rend immatériel et intangible. La collection s'instaure donc, si l'on reprend l'approche sémantique de Roland Barthes, en un système d'objets-signes. Les objets usuels peuvent fonctionner en système d'objets-signes à partir du sens que les hommes donnent aux choses et dont se distinguent deux grands groupes de connotations : les « connotations existentielles de l'objet[692] » et « les connotations technologiques de l'objet[693] ». Le premier découle d'un traitement esthétique de l'objet et le deuxième est signalé selon sa fabrication, comme de la matière finie, formée et normalisée. Barthes considère la signification de l'objet dans une prolongation de sens, hors de l'usage simple, mais au contraire dans ses débordements. Ce même principe est ensuite étudié par Jean Baudrillard, qui dans « le système des objets » souligne qu'au-delà des logiques fonctionnelles de l'usage des

[690] Walter Benjamin et Jean Lacoste, *Paris, capitale du XIXe siècle: le livre des passages*, Paris, Cerf, 1989. In D. Pety, « « Sémiologie de la pièce de collection » », art cit.

[691] D. Pety, « « Sémiologie de la pièce de collection » », art cit, p. 198.

[692] Roland Barthes, *L'aventure sémiologique*, s.l., Seuil, 1985, p. 250.

[693] Ibid.

objets se pose la question de leur vie et des processus relationnels qui en résultent : « Comment les objets sont vécus, à quels besoins autres que fonctionnels ils répondent, quelles structures mentales s'enchevêtrent avec les structures fonctionnelles et y contredisent, sur quel système culturel, infra — ou transculturel est fondé leur quotidienneté vécue[694] ». L'étude d'un nouveau système des objets implique ainsi, d'un côté le domaine technologique, considéré comme essentiel, et la réalité psychologique et sociologique entre les gens et les objets, considérée elle, comme inessentielle. Jean Baudrillard oppose l'objet manufacturé traditionnel (celui-ci serait « fondamentalement anthropomorphique » et projetterait l'inscription de l'homme en lien avec les objets ambiants par « la même intimité viscérale qu'aux organes de son corps ») de l'objet technique, lequel *a contrario* rompt le lien avec les origines, et les symboles de ce rapport incarné entre l'objet traditionnel, le passé et l'homme. Pour Dominique Pety les objets anciens jouent le rôle essentiel de signifier par contraste avec les objets technologiques la pure dimension du temps, l'allusion à une antériorité et une origine. La collection illustre ainsi la passion d'une propriété et constitutive de l'identité du sujet. Cette conception de l'objet de la collection suppose que l'objet céramique, dans sa relation avec le sujet qui le détient, se définit à la fois en objet technique (en parallèle avec le processus technologique) et rapporte un lien « essentiel » dans sa fonctionnalité (le bol) et les processus par lesquels entrent en relation les collectionneurs avec eux, nettement plus abstraits et « inessentiels » (caractères artistique et patrimonial) connectant avec le rôle qui leur est attribué en tant qu'objet matériel. De ce fait, on n'y distingue que difficilement les fonctions, les temps, voire la structure mentale de l'objet. C'est dans les années 70-80, alors qu'il travaillant sur les collections privées, que K. Pomian, l'un des premiers historiens de la collection, définit la collection comme un :

> « Ensemble d'objets naturels ou artificiels, maintenus temporairement ou définitivement hors du circuit d'activités économiques, soumis à une protection spéciale et exposée au regard dans un lieu clos aménagé à cet effet, la collection est un fait universel, coextensif dans le temps à Homo sapiens et attesté, fût-ce sous une forme rudimentaire, dans toutes les sociétés humaines. Car toutes, elles procèdent à

[694] *Ibid.*

> des échanges avec l'invisible et c'est au sein d'un tel échange que se forment les collections[695] »

À partir de cette définition vaste de la collection dans son rapport matériel et déterminé par le traitement apporté par le détenteur, fait son entrée l'objet sémiophore proposé par Krzysztof Pomian. À travers la notion d'objet sémiophore (opposé à l'objet utile et manipulé), il propose une projection de l'invisible dans le visible. Les objets sémiophores son ainsi des objets dénués d'utilité et qui représentent cet « invisible », lequel est illustré parfaitement par la pièce de collection. Si bien, cette catégorie peut désigner un large éventail d'objets, il propose à travers cette perception de la collection, une méthode donnant à voir la collection selon une posture structurante de la sémiologie de la pièce de collection et un élargissement de l'étude des dispositifs psychologiques ou cognitifs individuels. Dominique Pety de son côté, restitue « la complexité sémiotique de la pièce de collection » à travers les textes à des époques où effectivement l'objet portait d'autres dimensions, et où les significations renvoient aux changements statuaires de l'objet matériel :

> « Au niveau psychologique, il faut tenir compte d'un imaginaire archaïque de la propriété, qui fait de la chose le prolongement fantasmé du sujet ; au niveau socio-économique intervient la fascination nouvelle pour la marchandise, détachée de la valeur d'usage, métamorphosée par la pléthore quantitative et par la distanciation qu'introduit le langage symbolique de l'argent ; au niveau épistémologique, l'objet devient support d'une pluralité de savoirs qui s'autorisent en retour de sa caution matérielle pour se constituer et accéder à la légitimité[696] »

Les mutations des valeurs d'usage dirigées par le langage symbolique de l'argent dans l'accès à la légitimité, apportent une nouvelle problématique à l'heure où l'on s'intéresse à la question artistique et la définition fonctionnelle des objets de la collection. Thierry Bonnot, « un objet dit utilitaire a plus souvent plusieurs fonctions

---

[695] Krzysztof Pomian, *Des saintes reliques à l'art moderne: Venise - Chicago, XIIIe-XXe siècle*, Paris, France, Gallimard, 2003, p. 233.

[696] Pety, « « Sémiologie de la pièce de collection » », 205.

distinctes au cours de son existence, successivement ou simultanément. Cette plurifonctionnalité limite par exemple les possibilités d'interprétation de traces d'usage[697] ». En effet, la double fonctionnalité peut aller d'une fonction traditionnelle à un usage contemporain différent (comme pourrait l'être le souffle de forge devenue une table de salon). Des fonctions politiques, rituelles aux usages ordinaires, il s'agit de modes d'appropriation intégrant l'histoire des objets et de leurs usagers :

> « Ce sont les deux conditions, corrélatives et nécessaires, de validité de la méthode biographique appliquée à l'étude des objets matériels : il faut que l'objet étudié ait une histoire, un devenir fait d'évolutions et de mutations de son statut ; pour cela, il faut qu'il ait à un moment donné de son parcours suscité l'attachement d'un individu, les ressorts de cet attachement étant à la fois collectifs et individuels. S'il y a attachement étant à la fois collectifs et individuels. S'il y a attachement, il y a devenir de l'objet ; et s'il y a devenir de l'objet, c'est qu'il y a eu attachement[698] »

C'est ainsi que l'attachement des individus aux objets se tourne en une condition déterminante de leur devenir. La valeur affective de la relation entre le collectionneur et l'objet apporte une perspective intéressante pour tenter de connecter les changements d'échelles, des valeurs et les rapports de force internes et externes plongés au sein du monde de la céramique. Cette valeur sociale est ici considérée selon la situation d'échange[699], c'est-à-dire, à travers la vie sociale de la collection et ses processus à l'œuvre dans les relations entre les individus et les objets.

2. Observer la « céramophilie » : profils et réalités

Le club de collectionneurs de céramique « Les céramophiles » constitue pour ce dernier chapitre, le terrain d'observation de la collection, l'amour pour la céramique et la céramophilie. Ce Club est né en 2012 par un groupe d'amis collectionneurs de

[697] Bonnot, *L'attachement aux choses*.

[698] Ibid., 200.

[699] Arjun Appadurai, *The social life of things: commodities in cultural perspective*, Cambridge, 1986.

céramique se retrouvant régulièrement dans des salons, vernissages et autres espaces dédiés à la céramique. La naissance de ce club a pour vocation de combler l'absence d'espaces consacrés aux collectionneurs spécialisés en céramique comme l'avance ici Bernard Bachelier, président du club[700] : « Avec quelques amis, on a pensé qu'il était bien de réunir les collectionneurs, car il n'y a pas de structure en France qui fédère les collectionneurs de céramique[701] ». Les statuts de l'association 1901 ont été rédigés en novembre 2012 et déposés au début de l'année 2013. Le club a été officiellement lancé lors de sa première Assemblée générale qui s'est tenue le 28 juin 2013 au musée de la chasse et de la nature à Paris, au moment où se déroulaient les journées de la céramique de Saint Sulpice à Paris[702]. Ses objectifs sont soutenir le développement de la céramique contemporaine en France, d'apporter à sa reconnaissance et de valoriser la collection privée :

> « Cette association a pour objet de réunir des collectionneurs et des amateurs de céramique afin de développer la connaissance de la céramique contemporaine, de contribuer à sa promotion auprès du grand public et de favoriser la mise en valeur des collections privées[703] »

À travers ses nombreuses activités, le Club veut apporter à « donner à la céramique une place dans l'art en général, son histoire et ses expressions contemporaines[704] » à travers l'échange d'informations et d'expériences, l'accès aux collections privées, l'incitation en faveur d'initiatives de collectionneurs nouveaux, l'étude et l'analyse du monde de la céramique, l'organisation de rencontres et de débats. Également, le club aspire à apporter des réponses liées aux problématiques de la transmission des collections en se positionnant en tant que lieu-dispositif pouvant fournir aux collectionneurs des outils d'aide à la gestion et le devenir des collections[705].

---

[700] Source : Statuts Club des collectionneurs de céramique. Association loi 1901, déposés en 2013

[701] Extrait de l'entretien avec Bernard Bachelier, président du club. Enquête de terrain 2014

[702] L'ouverture du site web du club www.lesceramophiles.com a eu lieu en mai 2013

[703] Source : Statuts Club des collectionneurs de céramique. Association loi 1901, déposés en 2013

[704] *Ibid.*

[705] En effet, nombreux sont les collectionneurs qui s'inquiètent du devenir de leur collection. C'est

L'association joue surtout un rôle d'espace social puisqu'elle « facilite les relations entre les collectionneurs d'une part, les céramistes et les partenaires du monde céramique d'autre part, telles que les associations, les experts, les musées, les médias et tout partenaire concerné[706] ». Somme toute, les deux principales missions annoncées par le club visent à répondre aux intérêts des collectionneurs à travers les échanges d'informations et à promouvoir la création céramique dans l'espace artistique de l'autre. Il s'agit ainsi de « donner une existence à la (céramique) et sa communauté des collectionneurs » considérée comme invisible et trop isolée. Pour adhérer au Club, il est nécessaire de s'acquitter d'une cotisation annuelle de 50 euros (80 euros pour la cotisation double : couples, famille). L'adhésion au Club donne droit à la carte de membre avec laquelle est accordée la gratuité aux musées de la Cité de la Céramique, Sèvres et Limoges. Depuis sa création, le club s'est progressivement dynamisé et les activités se sont diversifiées (Annexe N° 10 : Activités du club de collectionneurs « Les céramophiles ») : visites de collections publiques et privées (comme celle de l'exposition « Metissages » au Musée des Beaux-Arts de Lyon, issue du don de Denise et Michel Meynet (collectionneurs et membres fondateurs du club)) ; cycles de conférences avec des professionnels du monde de la céramique et de l'art (Frédéric Bodet (conservateur), Carole Andréani (journaliste), Arnauld de l'Épine (collectionneur et critique d'art), Bernard Courcoul (céramiste), etc.), sur des thématiques diverses. Des rencontres avec des artistes français et étrangers (par exemple le céramiste japonais Shozo Michikawa chez Helène Aziza (galerie)); des voyages (La Borne, Vallauris, Maastricht, Londres, Auvergne, etc.) pour visiter des salons, foires, expositions, musées. À travers son site web, le Club propose un système d'alertes par lequel les membres sont informés des manifestations et évènements. Ils peuvent aider à le nourrir par le biais du forum en communiquant des informations sur des expositions et autres événements. Le Club tient ainsi informés ses membres des manifestations auxquelles ils peuvent participer individuellement —

---

l'exemple d'un collectionneur membre du club qui partageait avec nous par mail sa préoccupation à ce sujet : « Que faire pour assurer la transmission de ma collection et éviter son éclatement ? ».

[706] Le bureau du club est constitué par ses membres fondateurs : « Proposé par Jean-François Juilliard, l'idée recueille l'adhésion des 6 autres membres fondateurs : Bernard Bachelier, Denise et Michel Meynet, François Billioud, Didier Jacquemin, Sylviane Séraudie. Les membres fondateurs constituent le conseil d'administration au nombre de 7 personnes. Bernard Bachelier est nommé président du club ». Source : Statuts Club des collectionneurs de céramique. Association loi 1901, déposés en 2013

expositions, vernissages, conférences, —, et collectivement[707]. Se rapprochant d'un agenda culturel spécialisé, le Club devient par là, un support de communication.

2.1 Un petit monde de passionnés et de relations fortes

Le monde social de la céramique est, comme le dit son président : « un petit monde fait de relations fortes ». Pour lui, il s'agit d'« un tout petit monde qui se connaît et qui se retrouve dans les vernissages ». Les amateurs sont pourtant le miroir, voire les dépositaires des polarisations existantes au sein de ce monde. Au-delà de l'aspect financier, le monde des collectionneurs se trouve soutenu par la dimension symbolique issue du sentiment d'appartenance à un monde artistique en flottement et les relations étroites entre ses « habitants ». La condition de proximité entre les acteurs permet de mobiliser plus fortement le capital social (notamment en direction des artistes) et offre la possibilité d'obtenir une plus grande reconnaissance à l'investissement en comparaison avec d'autres milieux. C'est à ce titre que pour Bernard Bachelier, la céramique constitue une « nouvelle vie » :

> « J'ai été très bien accueilli dans le monde de la céramique. C'est un monde avec des relations humaines fortes […] et comme je sais un peu écrire, à un moment donné, j'ai été amené à faire quelques articles. Quand j'ai pris ma retraite de la fondation, j'ai proposé à la revue de faire des articles régulièrement. Donc je fais des reportages et c'est formidable, car c'est une nouvelle vie. Du coup, si vous voulez, j'ai pas de point de vue professionnel. […] Je suis jeune retraité et donc je suis jeune dans le milieu de la céramique. Je suis donc frais. Pour moi c'est formidable de commencer cette deuxième vie dans un autre milieu dans lequel je suis très heureux »

On note ici la correspondance avec le discours de Maude Grillet, directrice de la galerie Terra Viva qui, après avoir travaillé de nombreuses années au sein du milieu muséal, voit son activité de galeriste de céramique comme la possibilité de lier sa profession à sa passion. Bernard Bachelier soulève la « fraîcheur » de son statut puisqu'en étant un acteur externe au milieu, se trouve débarrassé d'une trajectoire

[707] La majorité d'activités proposées sont gratuites mais pour certaines sorties, une participation financière peut être demandée. Les collectionneurs sont autonomes dans la logistique relative aux nuitées d'hôtel et les transports.

préalable liée à la céramique lui apposant une étiquette d'appartenance à un segment spécifique de la céramique. Cependant, la nature même de sa collection viendra le relier à un monde spécifique de la céramique, comme c'est le cas de chacun de collectionneurs et amateurs du club. Le club est principalement constitué de collectionneurs, dont nombre disent préférer l'appellation d'amateur. Si le mot collectionneur est entendu dans son sens le plus large, le Club est ouvert aux amateurs — sans que ceux-ci soient obligatoirement des collectionneurs —, puisqu'il représente implicitement aussi, un collectionneur potentiel. Cette idée est exposée dans le texte d'orientation « stratégique » proposé à l'occasion des trois ans d'existence du Club (Annexe N° 11 : Note stratégique Club *Les céramophiles* 2016) :

> « Pour le Club des Collectionneurs de Céramique, tout amateur qui a envie de connaître, de comprendre, d'aimer la céramique et d'acquérir des céramiques est un adhérent potentiel. Le désir d'acquérir fait partie de la motivation. Il est une des composantes de l'intérêt pour cette création. Il ne s'agit pas seulement de posséder, mais aussi de servir cet art et d'aider les céramistes[708] »

C'est ainsi que le club aspire à dépasser le cadre informel du lieu de rencontres pour les amateurs et parvenir à composer un cadre normatif, voire une place influente dans la dynamique de soutien du milieu :

> « Depuis la création, j'avais plutôt l'idée, que nous ne pouvions pas être qu'un groupe d'amis se retrouvant pour discuter de leur rôle de collectionneurs, il fallait aussi qu'on ait un objectif de promotion et de défense de la céramique contemporaine, donc un rôle au service de la céramique contemporaine et que ce rôle passait par le fait qu'on approfondisse les données théoriques. En tout cas, en histoire de l'art, en critique de l'art dans la céramique. Et qu'on arriverait à sortir la céramique de cette place très ambiguë qu'elle a en France[709] »

---

[708] Note stratégique du Club des collectionneurs de céramique. Document envoyé à l'attention des membres du club par le président. Mai 2016. (Annexe)

[709] Extrait de l'entretien avec Bernard Bachelier, collectionneur co-fondateur et président du club de collectionneurs de céramique (agronome à la retraite), Paris. Enquête de terrain 2014

Si bien, l'intention du club admet que l'échange entre les membres autour de leur passion est central, le projet suppose principalement la défense de la céramique en tant que monde artistique. Cet aspect implique le développement d'un panel d'objectifs théoriques et pratiques allant aussi bien de la défense à la diffusion. À côté des objectifs annoncés par le club se trouvent les motivations et démotivations des collectionneurs dans l'adhésion au club et l'appartenance à des cercles : Quel sens donnent les amateurs à l'adhésion à ce club ? Pourquoi ne pas adhérer ? Est-ce le désir individuel d'appartenir à un cercle de sociabilité des élites ? Ou bien, est-ce le désir de s'engager collectivement pour défendre un art qu'on aime ?

Les relations d'interdépendance et de références montrent que les systèmes de valeurs au sein d'un espace de sociabilité comme ce club, implique l'idée de capital social sans en écarter le capital économique et culturel. La composition du groupe s'observe à travers ce qui fondent ces capitaux comme sont les valeurs les habitudes, les croyances, les formes d'action pour augmenter le capital[710]ainsi que l'acquisition des compétences, l'évaluation, la recommandation, etc. C'est dans ce cadre que le club agit en tant que processus social et en espace de l'action collective. Il est à envisager, non pas dissocié du capital social relationnel des membres individuels, mais surtout en tant qu'organisation-réseau formelle où se mobilisent les structures relationnelles sur lesquelles les acteurs s'appuient pour participer à l'action collective ou encore de refuser d'y participer. L'analyse de l'espace du club permet de restituer un système complexe d'interdépendances pour mieux saisir les ressorts du capital social comme capacité collective[711]. Ces structures relationnelles témoignent des processus sociaux en tant que composantes du capital social de l'organisation, comme l'avance Emmanuel Lazega : « Pour participer aux efforts collectifs (et en bénéficier), les membres doivent compter sur l'existence, dans leurs réseaux de relations, de sous-structures relationnelles (uniplexes ou multiplexes) dont le rôle est de les aider à coopérer et à échanger de manière régulière, durable et adaptée à leurs objectifs collectifs[712] ». La multiplexité renvoie à l'existence de plusieurs types de relations

[710] Yvon Pesqueux, « Capital social, réseau social », 2009.

[711] Emmanuel Lazega, « Capital social, processus sociaux et capacité d'action collective », janvier 2006, p. 213-225.

[712] *Ibid.*, p. 214.

entre deux personnes ou plus, transférant et échangeant plusieurs types de ressources. On comprend donc l'espace du club de collectionneurs comme le lieu où circulent les ressources relationnelles, allant de l'engagement à la solidarité, la réciprocité et sans omettre la pluralité d'intérêts individuels. Cela découle en effet, de la circulation des valeurs entre les membres, mais avant tout de la structuration par niveaux du monde de la céramique contemporaine. Ces niveaux sont déterminants à l'heure d'identifier les comportements, les manières d'être et les règles que régissent les structures sociales, marchandes ou politiques au sein du Club.

2.2 Freins et motivations à l'adhésion : une histoire d'intérêts

Les freins à l'adhésion recouvrent différentes réalités : la cessation de la collection à cause d'une limitation de place ou de moyens, la décantation de l'émotion ressentie autrefois ou à cause de la définition même de collectionneur.

> « Je n'aime pas le terme "collectionneur ". Même si au final l'ensemble des pièces acquises forme une "collection ". Je préfère considérer cet ensemble faisant partie de mon environnement familial, dans le but d'un intérieur plus agréable à vivre. […] Le plaisir de chercher, de rencontrer un artiste ou un potier, de choisir et acquérir une pièce »

> « Je n'aime pas ce mot. Je rassemble autour de moi des "présences" céramiques et des rencontres avec leur auteur. Si l'artiste est décédé, c'est la forme et sa technique, sa créativité, qui fait l'émotion pour moi »

Les publics « absents » constituent alors une « cible » pour le club :

> « Il existe encore de nombreux collectionneurs qui ne connaissent pas le Club. D'autres le connaissent, mais hésitent pour diverses raisons. Certains n'adhéreront jamais à une démarche collective. La prospection n'en est qu'à ses débuts. Elle doit continuer. Il faut travailler sur les motivations des adhérents potentiels et les façons

de les atteindre[713] »

Dans son texte stratégique, le Club rappelle que : « le Club doit préserver son indépendance et veiller à conserver un centre de gravité correspondant à son objet, celui d'un club de collectionneurs[714] ». Si bien la majorité des membres dit adhérer aux fondements du club, on note que diverses motivations « déviantes » peuvent apparaître :

> « Il n'y a pas tout le monde qui me suit dans ce domaine. Il y a par exemple des adhérents qui sont venus en espérant que l'on organise par exemple des visites d'atelier, où ils pourraient acheter en court-circuitant les galeries[715] »

Comme on a pu le voir précédemment (chapitre II de la deuxième partie consacrée aux marchés), l'achat directement en atelier est une pratique courante dans le milieu. Le rôle du club n'étant donc pas de court-circuiter les galeries, il permet de rapprocher les collectionneurs des artistes. Cependant, ce qui constitue un avantage pour certains n'en est pas un pour d'autres. Marie, collectionneuse de céramique (non adhérente au Club), commissaire d'exposition et avocate à la retraite affirme :

> « Ce n'est pas que ça ne m'intéresse pas. J'ai vu que le club fait beaucoup de choses. Mais moi, les ateliers et tout ça, j'ai toujours eu accès. Donc, être dans un club pour avoir accès, non. Quand je veux voir un céramiste, je vais sonner à sa porte. Je lui explique pourquoi j'ai envie de le voir. J'attends pas d'être dans un club… Je trouve que leur club c'est quand même très bien, mais c'est très intellectuel[716] »

---

[713] Note stratégique du Club des collectionneurs de céramique. Document envoyé à l'attention des membres du club par le président. Mai 2016 (Annexe)

[714] *Ibid.*

[715] *Ibid.*

[716] Extrait de l'entretient avec Marie, collectionneuse, commissaire d'exposition et avocate à la retraite. Enquête de terrain 2015.

Chez Marie, un des freins à l'adhésion du club est le sentiment de ne pas avoir besoin du club pour accéder aux artistes. Cela est corrélé à la dimension stéréotypée du collectionneur, et son association à la possession, l'intellectualisation de la pratique, voire à une élite bourgeoise avec laquelle ils ne se sentent pas identifiés. Les freins à l'adhésion du club correspondent autant aux traits de personnalité individuelle portée par exemple par le désintérêt à l'appartenance collective, à l'incompréhension des objectifs du club, au sentiment qu'il s'agit d'un espace trop restreint étant donné qu'il ne représente qu'une pratique artistique spécifique, surtout lorsqu'on collectionne aussi d'autres objets, d'autres médiums : « C'est un club de « collectionneurs » d'abord, puis de « céramique ». Ça me semble trop réducteur (…) Je ne sais pas ce qu'ils pourraient m'apporter ». Comme Marie, Charles refuse aussi d'être l'étiquette de collectionneur spécialisé en céramique, puisqu'il considère qu'elle participe du cloisonnement de la céramique :

> « L'important est de s'intéresser à ce qui se passe dans l'art contemporain en général et tenter de détecter les artistes cherchant à sortir des diverses formes d'académismes dans leurs modes d'expression et nous permettant de faire évoluer notre regard et nos perceptions. Vouloir enfermer un artiste ayant privilégié le médium terre dans l'art céramique n'est pas leur rendre service à une époque où tout artiste pratique souvent plusieurs médiums, s'intéresse aux technologies nouvelles […]. S'affirmer comme collectionneur de céramique contribue au cloisonnement du monde céramique et à l'image de tradition contre laquelle il faut lutter pour aider les artistes qui apparaissent faisant significativement évoluer la pratique céramique »

Certains collectionneurs, se qualifiant avant tout d'amateurs d'art contemporain, puis d'amateurs de céramique, soulignent les partages et les résistances de certains acteurs du monde de la céramique au sujet de l'art contemporain. Cette posture est visible à travers le témoignage de Lise, qui revendique « le droit » et « la liberté » d'appartenir à une « double culture », indispensables à ses yeux, pour décloisonner la céramique de ses chapelles. Elle soulève par là, la désapprobation qu'elle expérimente de la part d'autres collectionneurs face à ce qu'elle considère être le signe de son appartenance à une double culture :

> « Je suis atypique, car je vais voir un peu de partout. Quand je dis « je vais voir ça », parfois on me fait « mmmm » (bruit de désapprobation). Mais c'est de partout pareil. Si vous écoutez du jazz et que vous allez dans telle salle, c'est que vous appartenez à tel groupe. Moi, je revendique d'aller là où j'ai envie. […] C'est extrêmement large, et je ne m'impose rien et je ne m'interdis rien. Je vais voir des expos que je sais qu'elles ne me plairont pas. Je peux bien leur donner leur chance. Puis je peux quand même avoir un avis très cassant […] La céramique c'est un support, ce n'est rien d'autre… c'est pour ça que c'est un vocable fourre-tout. C'est pour ça que ça m'intéresse. C'est pour ça que vous avez un beau sujet. En ce moment il y a beaucoup de réactionnaires, et c'est inquiétant »

Il s'agit avant tout de revendiquer une liberté d'appartenance aux « deux cultures », mais son adhésion au monde de la céramique tend paradoxalement à s'affirmer par l'achat principalement de céramique, réalisation de stages de céramique et une participation très active au Club. C'est donc à l'aune d'une non-identification en tant que membre d'un groupe de collectionneurs ou par l'impression d'enfermement dans un champ trop spécifique et réducteur que certains individus évaluent leur adhésion. Mais pour d'autres collectionneurs comme Paul Rouillé, importateur d'objets d'Extrême Orient et collectionneur (non adhérent, âgé de 76 ans) c'est dans le facteur temps que se pose le principal frein. La cotisation annuelle devient également un élément contraignant du fait que celle-ci est considérée comme étant trop importante par rapport au bénéfice qu'il pourrait retirer n'ayant pas le temps de profiter pleinement des activités que l'organisation propose :

> « Je ne me suis pas inscrit, car j'ai une vie très occupée, une activité trop soutenue pour m'investir dans d'autres activités. En plus, ils demandent une cotisation donc je me suis dit que ce n'était pas la peine d'investir si cela était pour ne pas y participer »

De l'extérieur, le club peut être perçu comme un endroit réservé à un groupe social associé à une « élite » souhaitant se rencontrer, comme le signale Nancy, céramiste :

> « Je pense que le club de collectionneurs, eux ça leur permet d'être ensemble, de cultiver un peu la relation entre eux, mais je ne pense pas que ça fasse vivre la céramique. Ça ne fait pas de mal. À chaque fois que les gens peuvent se rencontrer, échanger… Le Club des collectionneurs organise des conférences, si les gens viennent c'est bien »

Au contraire, pour Claire, le club est le lieu où se retrouve une « petite famille » construite autour d'un « amour commun ». Membre fidèle depuis les débuts du club, Claire explicite avec enthousiasme dans cet extrait, les raisons de son adhésion et la satisfaction qu'elle en retire :

> « Quand Bernard a créé le club, j'ai été parmi les premières adhérentes. Je suis une fidèle puisqu'il m'a dit que depuis la création, j'ai assisté à toutes les activités. Il m'a dit que je suis la championne. C'est vrai que dès que ça parle céramique ça m'intéresse. […] Je lis la revue de la céramique et j'ai vu un encart : si vous êtes collectionneur, il y a un club qui vient de se créer. J'ai tout de suite téléphoné. J'ai eu Bernard et on a eu des échanges. Puis, c'est une petite famille qu'on retrouve régulièrement. Il y a l'échange entre les créateurs et les collectionneurs. Je suis très contente de ce club parce qu'en effet, il y a néophytes, il y a les amateurs, il y a les passionnés, conservateurs. Il y a tout un mélange des gens autour de la céramique. Il y a un amour commun. Cette richesse de pouvoir partager. C'est l'échange de par leur fonction, leurs recherches et nous c'est par l'amour, le goût, le savoir-faire admiratif qu'on peut avoir du créateur. Chacun en parle à sa façon sur la pratique, la matière, les pièces… Je sens que le travail que fait Bernard est extraordinaire. Vraiment ».

Pour d'autres, comme pour Jean, le fait d'avoir adhéré au club suppose une condition *sine qua non* du fait de son appartenance et engagement dans le milieu :

> « — Pour quoi avoir adhéré au club ? — : Parce que certains ont trouvé que ce n'était pas normal que je n'y sois pas »

Le mot « certains » se rapporte aux autres collectionneurs du club et s'exprime par la légitimation de ses pairs. Selon ses dires, c'est la reconnaissance des autres membres en tant que « bon » collectionneur que la place de Jean est considérée comme légitime et « normale » au sein du club. Ainsi, si l'adhésion du club peut s'amorcer comme pour Claire par la consultation d'un support de communication spécialiste du milieu (la Revue de la céramique et du verre) ou par la légitimation de sa place par les autres membres comme pour Jean. Sur ce point, l'adhésion d'une grande partie des membres s'est formalisée par cooptation. Sous forme de bouche à oreille, certains auraient été « conseillés », voire « parrainés » par d'autres collectionneurs, comme c'est le cas de Théo :

> « Ce qui s'est passé ce que je croissais régulièrement Bernard Bachelier dans les vernissages, sans nous connaître vraiment. Et à un moment donné, Jean François Brouillard m'a dit qu'il y avait ce projet et m'a demandé s'il pouvait lui donner mes coordonnées. Je me suis donc dit, pourquoi pas ? »

Comme Théo et Claire, nombre d'enquêtés ont exprimé leur gratitude envers le travail réalisé par Bernard Bachelier, au cours de nos rencontres. Son investissement et son rôle actif en tant que président du club sont vus sous un œil admiratif, ce qui lui vaut de nombreux compliments[717]. Ce qui ressort en premier est son investissement puis la nature hétérogène des activités et médiations proposées :

> « Je crois vraiment que Bernard fait un boulot insensé. Je suis épaté de l'investissement personnel dans ce truc et du travail que ça représente. Et puis, j'y suis venu un peu par hasard, et maintenant je trouve que comme il fait un tas de choses passionnantes, je suis ravi d'être là. C'est vrai que les conférences, les visites, c'est intéressant et ça permet de rencontrer des gens autres. Alors que je ne suis pas quelqu'un de très liant… plus quelqu'un de l'intime, j'ai quelques amis très privilégiés. Je vis dans un monde très petit. Ce n'est pas a priori mon genre que d'adhérer à un club quelconque. Mais ce que je trouve assez marrant c'est la croissance de ce truc. Qui augmente qui augmente… et tant mieux ! »

[717] En effet, parmi les collectionneurs membres du club interviewés, certains ont formulé la demande explicite de faire savoir au président qu'ils avaient accepté de répondre à mon enquête, d'autres ont juste félicité le président pour son action en faveur de la céramique.

La figure du président du club est, comme pour les galeries de céramique, le cœur même de l'organisation. Malgré une personnalité peu « liante », Théo s'inscrit dans cette démarche collective d'une part en raison des activités et d'autres, par la fiabilité et confiance déposée sur la figure du président, tantôt amateur, tantôt professionnel. L'évolution rapide sur de nombreux plans : augmentation du nombre d'adhérents, régularité et diversité des activités, multiplication de partenariats, communication des manifestations et actualités de la céramique, développement du site web, voyages, etc. ; est perçu comme le fruit d'un travail professionnel et d'un engagement individuel et bénévole du président, cristallisant le combat commun d'un attachement artistique. Sur ce point, une personnalité comme Bernard Bachelier, collectionneur et président du club les céramophiles, incarne la figure de « Pro-Am ». Au départ à sa retraite, cet ancien ingénieur agricole, s'est consacré à sa collection de céramique et peu de temps après, il fondait le Club des Collectionneurs de Céramique « Les céramophiles », (avec un petit groupe de collectionneurs amis) qu'il préside actuellement avec environ 150 adhérents. Bernard Bachelier est peu à peu devenu une personnalité influente dans le milieu : il est sollicité en tant que membre des jurys et fait partie des comités de sélection, il exerce désormais en commissaire d'exposition, écrit de nombreux articles dans des revues spécialisées, etc. Son statut d'expert est ainsi devenu légitime en peu de temps, en tant que représentant du cercle de collectionneurs qu'il préside, mais aussi par son implication dans le projet d'apporter à la reconnaissance de la céramique et son rôle de porte-parole d'un projet fédérant beaucoup d'autres amateurs de céramique. Son investissement intellectuel, affectif, temporel et financier, est admis par les collectionneurs membres du club sous un régime professionnel imbriqué dans l'entité de l'amateur expert qu'il est.

Enfin, le désir d'accès à un monde jugé trop intime comme le monde de la collection privée est aussi mû par la curiosité de pénétrer dans d'autres univers similaires ou distincts au sien. Cette question a été maintes fois explicitée au long de l'enquête lorsque certains collectionneurs me demandaient de leur décrire les collections des autres personnes que j'avais pu rencontrer.

2.3 Collectionneurs de céramique et d'art contemporain

Le rapport commandité par le DEPS sur « Les collectionneurs de l'art contemporain : des acteurs méconnus de la vie artistique » révélait, au grand étonnement général que ces derniers sont surtout des petits et moyens collectionneurs. Il avance également que les collectionneurs d'art contemporain sont surtout « diplômés, seniors et franciliens » :

> « Près des deux tiers des collectionneurs (64 %) sont âgés de plus de 50 ans et près de la moitié résident en Île-de-France (47 %). Ces caractéristiques rejoignent celles des publics de la culture. Il existe en effet une forte corrélation entre la détention d'un diplôme de l'enseignement supérieur et la fréquentation de musées et de galeries, ceux-ci étant par ailleurs plus prisés des personnes résidant dans les grandes villes. En outre, l'âge moyen élevé des collectionneurs s'explique, en partie, par la capacité financière liée au cycle de vie : acheter des œuvres suppose de disposer d'un certain budget, ce qui exclut, de fait, une grande partie de la population jeune[718] »

Des connexions entre cette frange majoritaire de collectionneurs d'art contemporain et les collectionneurs de céramique contemporaine deviennent explicites. Tout d'abord, concernant le lieu de résidence des collectionneurs de céramique, notre enquête a révélé une forte concentration de collectionneurs en Île-de-France, comme nous pouvons le voir sur cette carte.

[718] Nathalie Moureau, Dominique Sagot-Duvauroux et Marion Vidal, *Collectionneurs d'art contemporain : des acteurs méconnus de la vie artistique*, s.l., Département des études, de la prospective et des statistiques. Ministère de la culture et de la communication, 2015.

Figure : Carte de France, collectionneurs de céramique (enquête 2014)

Les collectionneurs de céramique constituent aussi un public vieillissant, tel que l'expérience de la galerie Terra Viva le montrait. L'enquête par questionnaire a révélé que l'âge moyen des collectionneurs est de 61 ans avec des écarts ponctuels plus au moins importants. En effet, le collectionneur de céramique le plus âgé ayant répondu à nôtre enquête est né en 1928 et le plus jeune en 1987. La grande majorité se trouve actuellement à la retraite ou à un âge proche de celle-ci. Ainsi, à l'image des résultats du rapport ministériel, la problématique liée à la jeunesse est directement reliée à la capacité financière des individus, ce qui exclue de fait une population jeune. Si le vieillissement des publics de la céramique constitue une problématique centrale pour le milieu, le club de collectionneurs en fait de cette question un élément prioritaire dans ses objectifs. La nécessité de renouveler les publics a ainsi été soulignée plusieurs fois au sein des Assemblées et notes stratégiques.

> « Les jeunes collectionneurs, par définition, sont moins disponibles. Il est aussi possible que les collectionneurs des nouvelles tendances, ou les jeunes

> collectionneurs ne considèrent pas qu'ils appartiennent à une catégorie spécialisée de collectionneurs de céramique. Les évolutions du paysage céramique devraient progressivement ouvrir de nouveaux secteurs[719] »

Le constat que les jeunes collectionneurs peinent à se rassembler au sein de clubs et de communautés d'intérêts n'est pas sans lien avec la moyenne d'âge des membres. Avec ses médiations classiques (conférences, visites, etc.), les formules portent sur des discours experts, spécialisées et parfois peu accessibles aux néophytes et aux générations plus jeunes familiarisées à d'autres codes artistiques. Le temps à consacrer aux activités apparaît comme une difficulté pour les plus jeunes face aux retraités. Le plus jeune collectionneur de céramique ayant répondu à notre enquête (30 ans – non adhérent) faisait part de sa vision sur l'évolution de la céramique sur un plan global. Son discours questionne la gestion et révèle un malaise relatif aux méthodes mises à l'œuvre, notamment dans la classification des pratiques, l'exposition des œuvres, les connaissances des experts, etc. Il communique ainsi ses attentes et ce que pour lui manquerait au monde de la céramique dans son ensemble :

> « Ne pas chercher a classifier les pratiques, attente d'un plus grand professionnalisme de la part des soi-disant experts qui n'y connaissent pas grand-chose, rajeunir le cercle de collectionneurs, rajeunir les méthodes de présentation, être exigent sur les œuvres et la façon de les présenter, mettre en avant les connaissances des galeristes plutôt que des salles des ventes qui enchaînent les bourdes et mauvaises descriptions, décomplexer les céramistes vis a vis de l'art contemporain, importer les collectionneurs d'art contemporain auprès des céramistes, ouvrir le champ de la décoration, internationaliser la céramique française méconnue à l'échelle mondiale »

Ces préconisations communiquent d'une part la confrontation entre différents ruptures et secteurs de l'art : la galerie face aux salles de ventes, les céramistes et l'art contemporain, etc., ainsi que l'aspiration au renouvellement du système établi actuellement et considéré comme étant trop fermé, voire trop classique. Pour ce jeune

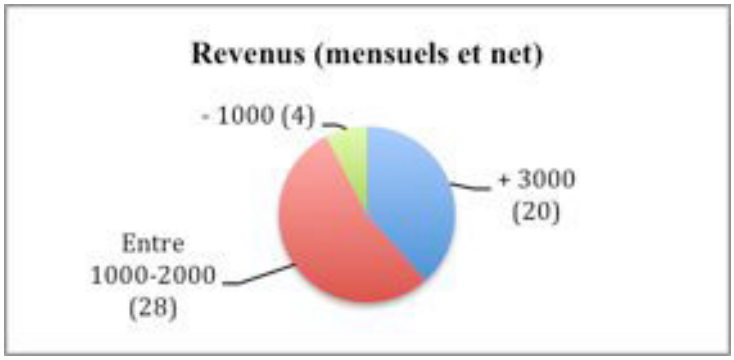
[719] Note stratégique du Club des collectionneurs de céramique. Document envoyé à l'attention des membres du club par le président. Mai 2016 (Annexe)

collectionneur, la céramique actuelle expérimente une « perte de vitesse » tant au niveau de la pratique que du marché. Les publics majoritaires de la céramique voient dans le désintérêt de la jeune génération de collectionneurs et la difficulté à renouveler les publics une perte de l'« esprit de la collection ». Pour Nanny Champy (céramiste, collectionneuse et organisatrice de manifestations de céramique), la difficulté que le milieu retrouve à l'heure de renouveler les publics est liée à l'évolution des modes de consommation et la conception même de l'objet au sein de la sphère de la vie privée. Pour elle, alors qu'avant on préférait acheter un « bel objet » pour « se faire plaisir », aujourd'hui on préfère et on est obligé d'acheter des gadgets technologiques :

> « Il n'y a pas beaucoup de jeunes collectionneurs. Ça ne se renouvelle pas. Je pense que l'esprit de la collection c'est quand même moins important qu'avant. Je pense que les gens, quand ils veulent se faire plaisir font de voyages ou ils s'achètent des gadgets. Plus on dépense en audiovisuel, en informatique… tout ce budget là on ne le met plus dans des objets... Tout est à court terme. On n'achète plus des objets qu'on gardera toute sa vie. On n'achète pas un objet auquel on s'attache. C'est pas dans l'esprit du temps. Les ordis, es téléphones portables… avec ce budget-là on pouvait avant s'offrir un tableau, un beau vase, mais on est obligé d'avoir un téléphone, puis payer le forfait… »

2.4 Les moyens financiers des collectionneurs

Les collectionneurs d'art contemporain sont surtout des hommes âgés et pas très fortunés. À côté des collectionneurs fortunés, VIP et très médiatisés se trouve une frange moins visible de collectionneurs passionnés, engagés et non moins essentiels pour les mondes de l'art. C'est au sein de ce registre que se situent les collectionneurs de céramique. En effet, les revenus des collectionneurs de céramique (revenus mensuels nets — question facultative — 52 réponses) sont représentés au sein d'une classe moyenne. Vingt personnes déclarent gagner 3000 euros et plus, suivis à part supérieure par ceux qui déclarent gagner entre 1000 et 2000 euros (vingt-huit personnes) et seulement quatre personnes déclarent gagner moins de 1000 euros.



Graphique 6 : Revenus collectionneurs - questionnaire 2014

Ces informations sont à recouper avec les réponses obtenues par l'enquête qualitative qui viendront, corroborer l'existence du groupe détenteur d'un capital économique issu de la classe moyenne et pour certains, d'un milieu plutôt modeste. C'est ce que pense Denis Goodenhoft (galeriste, céramiste, collectionneur et enseignant) qui dépeint un tableau précaire de l'ensemble d'acteurs du monde de la céramique :

> « Je pense que nos collectionneurs ne sont pas assez riches, moyennement riches, voire pauvres. Nous même on est pauvres. Les céramistes sont pauvres. Les galeries qui les exposent sont pauvres. On ne peut pas soutenir le marché »

Certains voient au cœur de cette situation d'instabilité financière un choix politique lié à un choix de mode de vie en marge de la société *mainstream*, leur concédant une plus grande liberté. Le choix du métier pour les céramistes implique une part de précarité articulée à la difficulté d'accès aux circuits marchands mobilisant plus de moyens, comme ceux de l'art contemporain. Or, pour Lise (collectionneuse), les discours de certains céramistes contredisent les aspirations de reconnaissance de certains d'entre eux :

> « Ils ont aussi une démarche politique on va dire. Ils sont dans une technique qui est la leur, et ils arrivent à vendre, un peu, mais pas trop. Ils vivent à la limite d'une société. Ils ne sont pas très riches, mais finalement ils ont une liberté quelque part. Et la précarité est liée à la liberté hélas, et cela vous en verrez pas mal à la Borne, ils sont des gens qui vivent avec les minimums sociaux, parfois avec le RSA. Pour eux, je doute fort qu'il y ait un gros changement. Car ils n'ont pas envie de rentrer dans

> une société imposée et changer de mode de vie. Et ça, c'est bien sur politique. Mais parfois ça manque de cohérence quand ils disent qu'ils ne sont pas reconnus »

Le modèle économique que régit la céramique est fragile, mais il ne l'est pas plus que pour la part dominante du marché de l'art contemporain composée de petits collectionneurs. Le rapport ministériel sur les collectionneurs d'art contemporain montrait que 34 % des collectionneurs achètent régulièrement directement à l'artiste. En céramique, cette proportion est tout aussi élevée. Le collectionneur de céramique correspondrait donc au petit collectionneur d'art contemporain. Frédéric Bodet explicitait ainsi que la situation financière du marché est à relier aux limitations financières des amateurs, mais aussi au fait qu'ils sont peu nombreux et qu'ils s'entrecroisent au sien d'un petit cénacle artistique :

> « Il y a un accès qui est très difficile à d'autres regards que les amateurs de céramique, qui ont généralement en France, peu de moyens. Souvent ils connaissent directement les artistes et achètent directement dans l'atelier. […] C'est un système à deux vitesses. Et malheureusement la majorité de céramistes français est dans ces petites galeries très précaires et qui n'ont pas de fichier, je veux dire qu'ils ont toujours les mêmes amateurs : très peu argentés. La plupart de collectionneurs français n'achètent pas au-delà de 2000 euros »

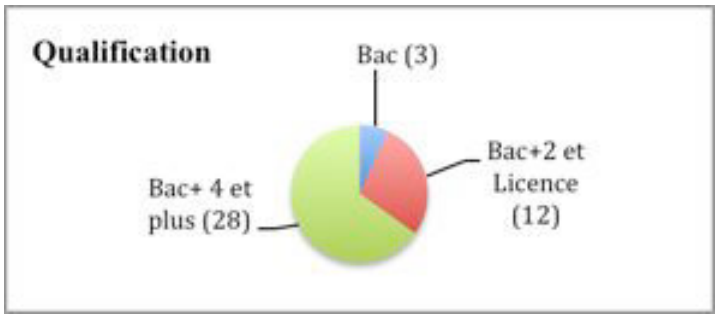
Cependant, l'équivalence entre un collectionneur de céramique et un petit collectionneur d'art contemporain se dédit face aux grands écarts des prix entre les œuvres. Bernard Bachelier explique cette réalité plutôt flagrante lorsqu'il met en relief qu'en tant que collectionneur, il bénéficie d'une reconnaissance dans le monde de la céramique qu'il ne pas prêt d'avoir dans le monde de l'art contemporain. C'est en confrontant ces deux mondes qu'il soulève la question de la légitimité attributive à la logique des moyens financiers :

> « Je ne me fais aucune illusion. Dans le monde de la céramique, mon pouvoir d'achat me rend un collectionneur qui compte. Mon pouvoir d'achat dans la peinture ne me rendait pas un collectionneur qui comptait. Il y a une partie de collectionneurs de

céramique qui collectionne de la céramique parce qu'ils ne peuvent pas collectionner de l'art contemporain, ils n'ont pas les moyens de collectionner l'art contemporain »

Cette affirmation suppose que certains collectionneurs se rabattent du côté de la céramique puisque leurs moyens ne suffissent pas à collectionner l'art contemporain. Le collectionneur (et plus largement l'amateur de céramique) met cependant en avant la part affective qui le rattache à ce milieu en dehors de la dimension financière. Cela est d'autant plus notable dans l'adhésion aux initiatives collectives et spécifiquement liées aux combats pour la reconnaissance artistique (aussi, car ils sont nombreux à ne pas se reconnaître en tant que collectionneurs d'art contemporain).

Par ailleurs, l'analyse des diplômes montre que les collectionneurs du club possèdent des prédispositions culturelles et sociales élevées. Ils possèdent dans leur majorité des hauts niveaux de qualification. En effet, sur les tableaux ci-dessous, on note que la majorité de diplômes sont de niveau Bac+ 4 et plus (30), alors que les plus bas, nettement minoritaires, correspondent au Baccalauréat, CAP et à des BTS (7). Pour le reste, il s'agit de diplômes des commerciaux et de niveau licence (7).



Graphique 7 : Qualifications collectionneurs –Questionnaire 2014

Tableau 2 : Niveau de qualification (diplômes)			
Bac (-)	**Bac +2 +3**	**Bac + 4 et plus**	
Bac Bac CAP BTS Bts Bts Brevet technicien	— Sup commercialisation — École d'Arts appliqués (Ecole Boulle) (niveau non précisé) — Bac + 3 — BAC+2 — HEC — M.des RCA (bâtiment) — Bac+2	Doctorat Bac + 6 Supérieur DEA Diplôme de professorat Bac +6 Bac +10 Bac + 4 Bac + 7 Diplôme d'études commerciales Ens art sup — céramique Beaux-Arts Notaire Master 2 DEA	Doctorat Sciences Docteur ès Sciences Economiques MD PhD Master Master 2 en GRH Maîtrise Arts Plastiques Master Ingénieur Ingénieur chimiste École du Louvre Licence en droit (ancien régime/Bac + 4) Master 2 arts Ingénieur DESS

Tableau 3 : Activités professionnelles			
Secteur art/culture	**Ingénierie, technique, économie…**	**Professionnel Céramique**	**Autres (non défini)**
Médiatrice culturelle	Chercheur CNRS en archéométrie/céramologie	Galeriste céramique	Art & science
Philatéliste	Retraité de la banque	Technicien céramique	Retraité
Correcteur retraité	Économiste	Musée Bernard Palissy en Lot-et-Garonne	Retraitée
Direction école d'art	Administration publique	Tourneuse de porcelaine	Retraité
Artisan peintre	Professeur des écoles	Galeriste	Retraité
Conteuse (Ecoles)	Galerie d'art et enseignant indépendant (2 activités)	Céramiste	
Graphisme	Antiquaires	Sculpteur/céramiste	
Retraité	Notaire retraité	Céramiste	
Juriste	Graphiste	Céramiste	
Étudiante	Retraite	Céramique	
Ingénieur	Fonctionnaire parlementaire	Sculptrice céramiste	
Chef décorateur cinéma	Ressources humaines	Céramiste	
Peintre licier enseignant	Architecture intérieure	Céramiste sculpteur	
Conservateur de musée	Sciences et éducation	Galerie de céramique à Lyon	
Université de Liège, Courtier en œuvres d'art Historien de l'Art	Psychothérapeute	Importateur et grossiste d'objets d'art d'Extrême-Orient	
Électricien cinéma	Retraité de la justice		
galeriste et enseignant	DAF en centre de formation		
Conservateur de musée	Collaborateur scientifique		
Dessin textile	Psychothérapeute		
Bouquiniste	Psychologue clinicienne dans un service de greffe pédiatrique		
Galeriste étudiant			
Enseignant			

Les secteurs investis par les collectionneurs se retrouvent au sein de trois principales catégories : céramique/culture et art, professions techniques et scientifiques et commerciales. Si bien, il ne s'agit pas d'une élite fortunée, les collectionneurs de céramique sont des acteurs hautement qualifiés et s'exerçant dans des milieux professionnels légitimes et légitimants. Les activités liées au monde de la culture correspondent à la même valeur que ceux qui sont exogènes aux professions libérales, telles que l'ingénierie, la santé, l'économie, etc. L'investissement de la céramique en activité professionnelle (et du milieu de l'art et de la culture) renvoie au profil du « pro-am ». Cette catégorie est à relier à la typologie proposée par les auteurs du rapport ministériel sur les collectionneurs d'art contemporain sous le nom de « quasi professionnels ».

Notre enquête a montré cependant que la catégorie liée à la céramique implique le statut formel de professionnel. En effet, la part de professionnels céramistes, galeristes, conservateurs spécialisés dans le monde de la céramique, investissant le monde de la collection par une double entrée, n'est pas négligeable et se pose comme une condition déterminante pour le milieu. La malléabilité des rôles des acteurs du milieu d'amateurs — de plus en plus interchangeables — est en effet l'un des étonnements de la recherche. Ils peuvent endosser de multiples rôles : professionnels, amateurs, collectionneurs, médiateurs et intermédiaires de par leurs actions simultanées d'agent artistique, galeriste, critique (écriture d'articles dans des revues spécialisées), éditeur, et céramiste. C'est le cas de Denis Goudenhooft, qui en plus de tenir une galerie, est céramiste et verrier professionnel, collectionneur et enseignant de céramique et de verre. Ce « pro-am » mène également une activité d'éditeur puisqu'il a réalisé plusieurs livres-catalogues comme l'ouvrage : « Potiers de grès, sceaux et signatures de 1941 à 1985 » (Éd. Complément d'objet, 2010) et dont les œuvres présentées font partie de sa collection personnelle. Ce document — en plus d'être un support de sa collection en tant qu'il contribue à valoriser les objets (valeur spéculative) —, est aussi un objet sémiophore : il constitue une collection de signatures en même temps qu'il publicise un fragment de sa collection de céramiques. Le critère appliqué à la sélection des pièces pour l'ouvrage est la beauté de signatures et non pas la pièce en elle même. C'est pour cette raison que la signature « photogénique » prévaut à l'esthétique même de l'objet.

> « Pour mon livre sur les signatures, ça a été différent. Je n'ai pas collecté les objets. Même si j'ai essayé des objets qui correspondaient aux signatures, j'ai collecté des signatures. Dans l'objectif, il y a des pièces qui ne sont pas génialissimes, mais la signature était belle, elle était photogénique et représentative de la signature d'artiste. C'est une collection de signatures. Toutes les pièces du livre je les ai. Mais là-dedans, certaines de ces pièces font partie de ma collection personnelle. Je vais les mettre de côté, pour les vendre plus tard. Des choses qu'il faut pas les vendre maintenant. Il faut attendre. Parce qu'elles ne sont pas assez valorisées, parce que l'artiste n'est pas encore connu, il peut être plus connu plus tard. C'est pas la mode… ça peut être plein de choses. Donc des choses qui peuvent être valorisées d'une manière et d'une autre surtout si je fais des éditions. Et s'il y a des pièces auxquelles je tiens, elles sont prévues pour être montrées, bien montrées et ainsi de suite »

La publicisation de la collection privée constitue ainsi un outil politique de valorisation. Et la publicisation de la collection privée peut aussi se constituer en tant qu'instrument d'une politique muséale. C'est ce que montre Chantal Lafontant Vallotton en prenant l'exemple du collectionneur suisse Heinrich Angst dans l'ouvrage « Entre le musée et le marché ». En effet, l'engagement de ce collectionneur pour la création du Musée National suisse à la fin des années 1880 répond à un projet de valorisation de sa collection d'objets de tout genre[720], où la céramique a occupé une place constitutive de sa qualité. D'autant plus que la collection particulière d'Heinrich Angst ne visait pas à assembler des chefs d'œuvres, « mais bien plutôt au désir de réunir des objets de tout genre et de tout style (…) aptes à constituer un panorama des arts dits mineurs depuis le Bas Moyen Âge jusqu'à l'aube du XIX siècle[721] ». Cet exemple renseigne sur la trajectoire de la collection privée et de sa politique d'acquisition à l'œuvre « en direction des domaines jusque-là peu explorés, au nom desquels figure la céramique[722] », illustrant de manière emblématique la stratégie employée par la figure du collectionneur pour

[720] Neuf catégories distinctes : céramiques, orfèvrerie, peinture sur verre, armes, gobelins et textiles, mobilier, sculptures en bois, peintures sur bois et enfin, les objets dits d'histoire culturelle comme les ustensiles agricoles. « Cette répartition suit le système de classification en vigueur depuis le milieu du XIXe siècle dans les expositions et musées d'art industriel, où les objets sont ordonnés par matériaux, branches d'artisanat, techniques et fonctions »

[721] Chantal Lafontant Vallotton, *Entre le musée et le marché: Heinrich Angst, collectionneur, marchand et premier directeur du Musée national suisse*, Berne, Peter Lang, 2007, p. 245.

[722] *Ibid.*, p. 247.

« rehausser le statut de divers domaines de collection et faire de ses biens un instrument décisif de la politique muséale[723] ». Cette stratégie apporte également à légitimer la création d'une institution à envergure nationale[724]. Selon Chantal Lafontant, le statut de l'objet n'est pas déterminant dans la construction de la valeur de la collection, mais son caractère esthétique : « Ce n'est pas tant son statut intrinsèque de souvenir historique ou de symbole qui détermine sa valeur, ce n'est pas sa rareté non plus, indépendamment de son authenticité, mais son intérêt du point de vue esthétique[725] ». La construction de la valeur de l'art (dans ce cas l'art ancien) à travers la publicisation de la collection privée[726] est notablement influée par l'étroite dépendance qu'entretiennent le musée, le marché et les acteurs qui les constituent. Un autre exemple concernant cette fois-ci la céramique contemporaine et très illustrateur de la publicisation de la collection en objet politique de la notoriété, est l'exposition au musée Arianna à Genève de la collection de Franck Nievergelt, en avril 2016, intitulée « Passionnément céramique » (ayant aussi bénéficié de la publication d'un catalogue). Cette exposition advient à l'occasion du don de plus de deux cents pièces à cette institution qui détient une importante collection de céramique. Elle met en avant la portée physique de la collection (taille, nombre d'objets, qualité et diversité), les traits de l'homme que se trouve derrière la collection (ses choix, critères, manières de collectionner et d'être) et fait en parallèle l'appréciation de la qualité de la céramique sur la scène internationale.

> « Depuis quarante-cinq ans, Frank Nievergelt, historien de l'art avisé et collectionneur passionné, constitue avec discernement un ensemble qui s'élève aujourd'hui à plus de neuf cents céramiques d'artistes contemporains. Cet impressionnant corpus illustre la qualité et la diversité de la scène céramique internationale au cours des trois dernières décennies du 20e siècle. Frank Nievergelt côtoie les artistes avec fidélité et amitié, suivant de près leur évolution, visitant les

[723] *Ibid.*

[724] La valorisation de ce pan spécifique de la collection dans le sens d'une ouverture du Musée National Suisse indique l'intérêt que suscitent les céramiques anciennes de différents pays d'Europe auprès des amateurs d'art dans cette fin du XIX siècle

[725] C. Lafontant Vallotton, *Entre le musée et le marché*, *op. cit.*, p. 247.

[726] Tatiana Levy, Jean Davallon (Dir), *Le collectionneur d'art moderne et contemporain et la « publicisation » de sa collection privée: un « concept » dans l'espace de médiation* (Lille, France: Atelier national de reproduction des thèses, 2009).

> expositions et voyageant pour les rencontrer dans l'intimité de leur atelier. Sa collection est le fait d'un pur esthète ; il fait preuve dans ses choix d'une parfaite indépendance, affranchi de toute préoccupation économique, valorisant aussi bien les ténors consacrés que les artistes émergents, guidé seulement par la qualité et par l'émotion émanant de l'œuvre[727] »

L'amateur ne cesse donc d'être collectionneur lorsqu'il s'emploie à d'autres activités de valorisation de sa collection comme l'exposition ou le catalogue. Au contraire, cela permet de perpétuer l'existence de communautés restreintes de goût, fondées sur l'interconnaissance et sur la réputation[728]. À partir de là se structurent les mondes de l'art « comme des univers peuplés de noms[729] », notamment à travers la publication et la reproduction dans l'espace de l'imprimé de la collection, du vivant du propriétaire (guides, catalogues), participant à la construction de réputations individuelles. La difficulté à identifier le statut principal des acteurs relève de la pluralité de leurs actions individuelles. Des céramistes écrivains (Jean Girel, Bernard Leach, Jean Paul Azaïs), aux collectionneurs-galeristes-céramistes (Denis Goudenhooft, Heinrich Angst ou Franck Nievergelt), la publicisation de la collection privée justifie leur statut d'amateur et leur expertise, allant jusqu'à la professionnaliser.

2.5 Environnement temporel et social de la pratique

En général, la pratique de la collection implique un fort investissement financier, temporel et « humain » : « Il faut recueillir de l'information, fréquenter les expositions, participer à la vie artistique en suivant l'actualité des expositions, etc. Ainsi, un tiers des collectionneurs consacrent la majorité de leur temps libre à leur collection, et 9 % y affectent même tout leur temps libre[730] ». Comme pour les collectionneurs d'art contemporain, les collectionneurs de céramique déclarent

---

[727] Source Site web du Musée Arianna, Genève. URL : http://institutions.ville-geneve.ch/fr/ariana/visiter/expositions/en-cours/passionnement-ceramique-collection-frank-nievergelt - Consulté le 10 avril 2016.

[728] Charlotte Guichard, *Les amateurs d'art à Paris au XVIIIe siècle*, Champ Vallon., s.l., 2008, p. 93.

[729] *Ibid.*

[730] N. Moureau, D. Sagot-Duvauroux et M. Vidal, *Collectionneurs d'art contemporain : des acteurs méconnus de la vie artistique*, *op. cit.*, p. 3.

consacrer beaucoup de leur temps libre à leur pratique. La régularité que l'on retrouve chez certains collectionneurs peut très bien suivre des méthodologies disciplinées, mais elle peut aussi s'instituer comme une pratique plus libre, ouverte et fluctuante au fil des rencontres. Pour Théo, par exemple, il s'agit d'une démarche « habituelle » qui se déploie sur de multiples registres, et qui s'opère au cœur d'un ensemble de centres d'intérêt. Il doit donc opérer une sélection :

> « Je suis quand même très régulier. Ça fait quand même partie d'une démarche habituelle. Je suis abonné à la Revue de la céramique et du verre, à Keramic review, je regarde les programmes des galeries, je ne vais pas à toutes les expositions, mais je connais pas mal de galeristes. J'essaie d'être à Paris aux journées de Saint Sulpice. Quand je pars en vacances, j'essaie de voir si là où je vais il y a des galeries, ou des personnes que je souhaite rencontrer »

Investir une partie de ses revenus et de son temps à une passion comme celle de la collection est rarement une activité exclusive, les pratiques culturelles étant généralement très variées. Les collectionneurs font des compromis et se partagent entre divers centres d'intérêt. Théo et son compagnon — ce dernier travaille dans le secteur des finances — sont également amateurs d'opéra et de théâtre. C'est aussi, au cours de leurs voyages sillonnant notamment l'Europe à la découverte des spectacles lyriques des plus prestigieux, qu'ils s'efforcent de trouver par les mêmes occasions les lieux où l'on expose la céramique. La collection devient pour ce sujet culturellement actif, une activité gravitant dans une galaxie de désirs et centres d'intérêt : « Mardi il y avait pas plein de vernissages. Mais j'étais au théâtre, donc je ne pouvais pas tout faire ! ». Ainsi, la pratique de la collection, de la visite muséale et l'ensemble de pratiques culturelles sont généralement des pratiques concomitantes se renforçant mutuellement.

Outre le temps consacré à la collection se trouvent l'environnement familial et la sociabilité. Le rapport ministériel sur les collectionneurs d'art contemporain souligne l'importance de l'environnement familial au sein des parcours des collectionneurs :

> « L'environnement familial est un facteur déterminant puisqu'un tiers des

> collectionneurs ont connu dans leur environnement familial des personnes qui collectionnaient, et 8 % ont eu des parents exerçant une profession liée au monde de l'art, professions qui ne représentent pourtant que 2 % de la population active[731] »

La sociabilité et la filiation constituent des facteurs prédisposant à l'amour pour la céramique et à la collection. Parmi les enquêtés 74 % (48) a des proches céramistes contre 26 % (17) qui déclare ne pas en avoir. Cela confirme que le capital social et familial est un facteur déterminant dans l'immersion au sein d'une discipline artistique. Pour Fred par exemple, l'intérêt s'est alimenté par un contact quotidien répété, agrégé d'un climat affectueux au sein de l'environnement familial. En effet, c'est par l'intermédiaire d'un membre de sa famille qui faisait de la sculpture, collectionnait la céramique et vivait avec un sculpteur, qu'il a rencontré la terre :

> « J'avais une tante qui était institutrice, mais qui vivait avec un sculpteur, et qui elle-même sculptait. Qui faisait du modelage en terre. Je passais toutes mes vacances chez elle, à être initiée au modelage et elle voyageait beaucoup et collectionnait la céramique. Et donc les premières céramiques que j'ai vues c'est sans doute chez elle. Des céramiques de Vallauris justement […] Elle avait des belles pièces de Capron, de Derval… et voilà mes premières motivations avec la céramique. Les premiers regards que j'ai pu avoir sur les objets céramiques, c'est grâce à elle. J'avais 12, 13 ans »

Mais pour d'autres, notamment les collectionneurs ayant démarré leur collection plus tardivement (à l'âge adulte), leur entrée dans le monde de la céramique s'est faite par l'intermédiaire d'une rencontre avec un céramiste ou un potier et non par transmission familiale de l'amour de l'art. C'est le cas de Théo pour qui le contact avec le monde de l'art ne s'est pas fait par rapprochement familial, de par les origines très modestes et des parcours sociaux éloignés des cadres culturels légitimés et dominants. Théo met en avant cette distance avec fierté puisque celle-ci constitue pour lui une force à son amour pour la céramique :

[731] *Ibid.*, p. 2.

> « Je viens d'un milieu excessivement modeste, d'immigrés polonais, de l'immigration ancienne, qui date des années 20. Les femmes étaient des femmes au foyer, quasi analphabètes, et pour celles qui ne l'étaient pas, elles n'étaient pas francophones et les grands-pères, mineurs de fond dans les mines de charbon dans le Tarn. Ma mère était d'abord couturière puis ensuite commerçante. Et mon père, il a eu un très beau parcours professionnel parce que c'est quelqu'un qui vient de rien du tout. Qui n'était pas doué à l'école, qui s'est engagé dans l'armée pour ne pas devenir mineur et qui a fini petit à petit, en changeant beaucoup beaucoup dans sa vie, par devenir directeur d'une société de transports routiers »

Si bien cet extrait a pour but de contrer les liens entre les capitaux, les goûts et les jugements de ses parents avec les siens, il appartient de nommer que l'acquisition d'un fort capital culturel de ce médecin de formation et psychanalyste de profession, n'est pas dissociée de son éducation supérieure poussée, lui accordant une forte socialisation culturelle. Il poursuit son récit en avançant que ses parents sont « très attachés à leur maison, mais pas du tout à l'art, à la culture » et que pour eux, il est inconcevable d'investir en art, mais qu'ils peuvent investir dans des « beaux meubles » et tout autre objet fonctionnel. Le parcours de son amour pour la terre est attribué au hasard d'une rencontre « sympathique » ainsi qu'à la possibilité d'y consacrer une part de son temps libre :

> « J'étais en vacances en Auvergne, je me promenais, et je suis tombé sur un atelier de poterie (Jocelyn Thuan) et voilà, j'ai eu un bon contact avec ce potier, qui était très sympathique. On a parlé de choses et d'autres. Et il m'a dit 'ah si ça vous intéresse il y a une association de potiers de céramistes d'Auvergne. Voici la liste'. Et comme j'étais pour un moment dans ce coin-là, je me suis dit tiens, un but de promenade comme un autre, pourquoi pas ? Ça permet de découvrir des lieux où je n'irais pas, et ça a commencé comme ça. Avec des choses très classiques. Et je ne sais pas comment c'est devenu envahissant »

La pratique de la collection chez Théo s'est consolidée de manière progressive et à l'âge adulte. Elle a évolué vers une pratique qu'il qualifie aujourd'hui d'« envahissante », à différence de Fred pour qui, depuis l'adolescence, la céramique

s'est constituée en un terrain familier. L'initiation au modelage de la céramique a pu jouer un rôle pour Fred, alors que pour Théo, avoir une pratique personnelle de la céramique ne constitue pas un aspect relevant. L'enquête par questionnaire a ainsi montré un certain équilibre entre ceux qui déclarent avoir une pratique personnelle de la céramique en amateur (22 = oui) et ceux déclarant ne pas en avoir du tout (27 = non). Mais dans l'enquête par entretien, l'intégralité des enquêtés affirmait avoir pratiqué la céramique au moins une fois dans sa vie. Pour certains il s'agissait uniquement de mieux comprendre le milieu en complément de leur pratique de la collection, pour d'autres, cela dénotait une certaine aspiration professionnelle dans le long terme (s'inscrivant pour certains dans un projet de reconversion professionnelle).

3. Éthiques et esthétiques de la possession : les univers de la collection

On sait désormais que les transactions sont pour le propriétaire et l'amateur, un élément essentiel du plaisir de la collection, puisque, comme l'avance Charlotte Guichard, « c'est l'acquisition qui donne de la jouissance, plus que la possession. Le propriétaire trouve un vrai plaisir à ces transactions, qui lui permettent de mobiliser ses compétences et son réseau de sociabilité, et d'entrer dans le jeu social autour de la valeur économique et esthétique des œuvres[732] ». En partant de ce constat, la constitution d'une collection d'art relève non seulement de l'investissement temporel, économique, mais la dimension humaine en devient une composante fondamentale et des plus fascinantes. Les différentes façons d'être collectionneur et de construire sa pratique ne sont pas figées, mais des processus évolutifs menant à la construction des sens, à travers les discours et les rapports qu'entretiennent les sujets avec les objets.

[732] C. Guichard, *Les amateurs d'art à Paris au XVIIIe siècle*, *op. cit.*, p. 144.

Parmi les artistes les plus collectionnés se trouvent par nombre d'occurrences Claude Champy (14) suivi de Daniel de Montmollin (11). Ensuite se trouvent Jean Girel, Camille Virot, Jean François Fouilhoux, Hervé Rousseau, Claire Debril, Jean et Jacqueline Lerat, Pierre Bayle, Joulia, Uzan, etc. Puis on retrouve beaucoup de jeunes artistes encore peu connus et qui sont cités qu'une seule fois. Parmi ceux qui possèdent des objets d'artistes étrangers de renom comme Johan Creten, Takashi Murakami ou Louise Kjaersgaard, ils notent qu'il s'agit de petites pièces, et des « mini-collections ». La présence peu récurrente des céramistes japonais dont certains trésors nationaux vivants, comme Fukami Suehari, Morino Hiroaki, au sein des collections, montre un écart entre les discours de fascination de l'art japonais, à cause des prix très élevés des objets. En France, il n'y a pas beaucoup de galeries présentant des céramistes japonais. La question de moyens reflète les différentes dialectiques de la pratique, à travers la collection se communiquent aussi les désirs et les frustrations. Une collectionneuse partageait par exemple : « Petit détail important... les moyens ! Par exemple Johan Crêten, Norbert Prangenberg, Philippe Barde, Betty Woodmann, et bien d'autres me conviendraient très bien ! »

Si la plupart des collections sont constituées d'objets de créateurs français, la taille des collections est très variable. Certains collectionneurs affirment que pour eux, la collection commence à partir du nombre de trois objets, comme Claire qui déclare posséder plusieurs collections croisées :

> « Je me dis qu'à partir de trois pièces vous êtes collectionneur. Je collectionne par exemple des oiseaux, et j'en ai une quantité ! Puis je suis du signe taureau, donc je collectionne des taureaux. Puis des visages, des gravures… donc à partir de trois, c'est une nouvelle collection »

Mais en moyenne les collections de céramique sont constituées d'un nombre important d'objets, en générale de petite taille et pas très onéreux. Si certains collectionneurs déclarent posséder entre 150 à 200 pièces dans leur collection, certains écartent de ce chiffre, les objets utilitaires qu'ils utilisent, alors que d'autres ne le font pas.

> « De Vallauris je dois avoir 150 à 200 et des contemporains j'ai en beaucoup, peut être 200 ; j'ai des grandes, des petites, de moyennes, ça dépend. Mais une pièce c'est

pas la grandeur qui fait sa beauté. Avant je les avais dans la campagne, mais quand j'ai vendu ma campagne… c'est difficile. Mais je n'ai pas du monumental »

Être un « grand collectionneur » dépend cependant plus des noms des artistes faisant partie de la collection que du nombre des pièces. Cela semble valable aussi pour la considération que le collectionneur a de sa propre collection dans son ensemble et de la considération qu'il a de celle des autres collectionneurs. Pour certains, être collectionneur de céramique constitue de base un problème de représentation[733]. Un collectionneur peut posséder plusieurs types d'objets au sein d'une même unité, mais il peut aussi bien y distinguer diverses catégories ou des collections autonomes. Faisant cohabiter diverses collections en une (par les discours, l'agencement, etc.), la collection ne renseigne pas à elle toute seule le caractère classique, moderne, contemporain des objets. Les critères selon lesquels les objets trouvent une cohérence au sein d'un ensemble dépendent en grande partie de la perception que le sujet a de ses objets et du monde auxquels ils appartiennent. Autrement dit, il décide quel aspect ou quel critère va-t-il valoriser à l'heure de faire entrer l'objet dans une catégorie plutôt que dans une autre. Par exemple, lorsque François, collectionneur éclectique, nous montrait une partie de sa collection, il n'employait pas les mêmes termes que Lise, à l'heure de parler des pièces d'un même artiste (pièce, œuvre, céramique contemporaine, poterie moderne, etc.). Le classement différentiel existant entre les collectionneurs émane du vaste champ où se construisent et s'affirment les échelles de la valeur. Collections à double culture (art contemporain et céramique), collections esthétiques, fonctionnelles, techniques et matérielles, collections thématiques, collections éclectiques, collections fermées[734], etc., sont quelques-unes des

[733] Certains déclarent être collectionneurs de céramique, d'autres collectionneurs d'art, d'autres se dissent issus une double culture. C'est le cas de Lise pour qui, sa double appartenance au monde de l'art contemporain et de la céramique constitue la condition de sa liberté. Pour d'autres, l'intérêt pour une forme précise de céramique comme le bol, l'émail, une esthétique spécifique (traces du feu, l'accident…), etc., signifie la spécialisation, voire l'expertise.

[734] Les collections fermées correspondent aux collections contenant l'intégralité d'une production. Il s'agit principalement d'un type d'objet, par exemple une collection de petites voitures d'une marque spécifique. Ce type de collection est peu ou pas valable dans l'art contemporain puisque les artistes continuent de produire et il devient impossible de posséder toutes les pièces. Il s'agit surtout de collections d'objets sériés, limités et rares. Nombreux collectionneurs que nous avons rencontrés possèdent, à coté de leur collection de céramique, des collections fermées. Ces questions ont été traitées de manière séparée au long de cette section.

nombreuses modalités de faire collection, et portent toutes une forte dose de subjectivité affective.

L'esthétique de la possession[735], comme le qualifie Charlotte Guichard, correspond ainsi aux modes d'entrée des œuvres dans la collection (que ce soit par héritage, achat ou commande), et aux processus relationnels que l'individu entretien avec sa collection. L'évaluation précédant l'entrée en collection inscrit la capacité d'expertise du collectionneur au sein d'une certaine éthique de la possession. Si « la collection définit un espace intime d'appropriation des œuvres : considérée comme une projection et une extension de soi, elle participe même à l'esthétisation de l'identité personnelle[736] », elle est tout d'abord matériellement produite, acquise puis ordonnée. En ce sens, les enquêtés montraient que l'achat des objets est le fruit d'une négociation d'abord personnelle, effectuée ensuite entre plusieurs acteurs et facteurs externes. Cette négociation interne correspond dans un premier temps, à l'accord entre les logiques des espaces d'achat tout autant qu'aux conceptions que l'on a de la possession. Les règles guidant l'acquisition sont déterminées par divers facteurs tan économiques que politiques. Concernant les lieux d'achat par exemple, les ventes aux enchères, peuvent être vues sous un œil méfiant, et leur fonctionnement vivement contesté comme l'exprime François qui condamne les commissions établies par les commissaires priseurs, qu'il considère trop élevées :

> « J'ai acheté très peu de choses en ventes publiques. Aujourd'hui, ce sont du racket. Vous avez 24 % de frais en moyenne, en plus du prix de marteau. Et celui qui vend a moins 20 %. Entre ce qui touche le vendeur et ce qui paie l'acheteur, il y a un écart qui est injustifié. Les ventes publiques de céramique ne se passent pas très bien aujourd'hui. Parce que le marché n'est pas encore assez large. On peut acheter éventuellement une pièce pour pas cher si ce jour-là ça n'intéresse personne. […] Je vendrais volontairement certaines de mes pièces à des gens à qui s'intéresserait, mais pas en vente publique. Je n'ai pas envie de rémunérer un commissaire priseur qui va se sucrer des deux côtés »

[735] Charlotte Guichard, *Les amateurs d'art à Paris au XVIIIe siècle*, Champ Vallon. s.l., 2008, p. 136.

[736] *Ibid.*

Dans cet extrait se trouve la contestation des mécanismes de fonctionnement des ventes aux enchères, mais se lit aussi l'intérêt pour contourner les frais intermédiaires.

Cette démarche est perçue par certains acteurs (collectionneurs, marchands et artistes) comme un élément posant problème au sein du marché de la céramique. Denis Goudenhooft exprime qu'en général, les collectionneurs comprennent mal non seulement le besoin de soutenir le marché, mais également le principe de la collection, nécessitant surtout la considération d'un cadre normatif favorisant la valorisation et la circulation des objets :

> « Ce qui ne comprennent pas les collectionneurs, c'est qu'ils voudraient acheter tout pas cher. Et une fois qu'ils arrivent chez eux, ils voudraient que ça prenne de la valeur. C'est antinomique. Il faut accepter d'acheter des choses chères si on voudrait que nos collections aient une certaine valeur. Ce n'est pas le discours de tous les collectionneurs. Ils peuvent acheter les pièces le moins chères possible, c'est presque un jeu. Ils vont faire une affaire, alors qu'on ne fait pas d'affaire quand on dévalorise les choses. L'enjeu des collectionneurs devrait être de soutenir le marché. Ça voudrait dire, mettre des prix minimums dans les salles de vente, et s'y contraindre. Ne pas négocier les prix dans les ateliers, acheter dans les galeries… »

La négociation des prix est une pratique globalement mal vue au sein du milieu, surtout auprès des céramistes. Le « vrai amateur » est lui, conscient des difficultés que retrouve l'artiste à vivre de son art et de l'instabilité du marché, qu'il « se doit » de soutenir. Cette question est apparue chez de nombreux collectionneurs déclarant ne jamais négocier un prix, comme c'est le cas de Marie et Michel :

> « On ne discute jamais un prix. On achète ou on n'achète pas si on ne peut pas. Mais on ne va jamais demander qu'on nous fasse un prix. Ça, je ne peux pas ! »

Leur engagement pour soutenir le marché à travers l'achat se retrouve aussi à travers d'autres formes pouvant prendre une forme proche de soutien, que sans aspirer au niveau de « mécénat » peut se poser en acte solidaire et d'encouragement vis-à-vis de l'artiste, comme l'illustre cette anecdote partagée par ce couple de collectionneurs.

> « Une fois, on était aux Tupiniers… chez Franck. On trouve super son travail. On discute avec lui et il nous raconte : « J'étais à Saint Sulpice l'année dernière, j'ai battu le record de ventes et ici je ne vends rien ». Ça a été très marrant parce qu'il sort cette pièce qu'on avait repéré Marie et moi, et il nous dit : « regardez cela, elle est très belle ». On n'avait pas prévu d'acheter, mais on l'a prise parce qu'il avait une baisse de moral. On était à la fois très contents de cette pièce qui était superbe et que lui voyait aussi superbe, mais ça lui faisait rage de ne pas la vendre. Mais on n'est pas mécènes, on n'a pas les moyens. Mais c'est une façon de les soutenir, de les encourager »

La forte volonté affichée, que ce soit par les amateurs d'art contemporain que de céramique, de rencontrer l'artiste, le connaître, le comprendre et l'« aider à vivre », se traduit par leur implication dans l'activité du milieu des galeries et divers lieux de diffusion[737]. Cette réalité s'inscrit pleinement au sein des dynamiques du monde de la céramique et résonne avec les éthiques de marché, parfois paradoxales. Sur ce point, les collectionneurs de céramique, tout comme les collectionneurs d'art contemporain, entretiennent un rapport ambivalent avec les galeries :

> « Les galeristes ont *a priori* les faveurs de la grande majorité des collectionneurs. Les galeries constituent leur principale source d'approvisionnement. […] Pour nombre de collectionneurs, les galeries ont été le lieu de formation de leur œil. Les conseils des galeristes sont ainsi considérés comme très importants ou importants pour 74 % des collectionneurs […] La dette que les collectionneurs reconnaissent avoir vis-à-vis de certains galeristes n'exclut pas néanmoins un regard parfois très critique sur la nature financière de leurs liens. Plus largement, la profession est présentée comme non ouverte et peu affable[738] »

Les galeries de céramique sont majoritairement tenues par des passionnés et n'ont pas beaucoup de moyens comme on a pu le voir dans la partie précédente. Le fait qu'il

[737] N. Moureau, D. Sagot-Duvauroux et M. Vidal, *Collectionneurs d'art contemporain : des acteurs méconnus de la vie artistique*, *op. cit.*, p. 11.

[738] *Ibid.*, p. 12.

s'agisse à la fois d'un lieu d'exposition et d'un lieu commercial confère une difficulté supplémentaire à trouver sa légitimité, surtout lorsque le visiteur ne se trouve pas en position de consommateur.

> « Maintenant ça m'est un peu passé, quand je vois quelque chose qui me plaît, je rentre. Mais il y a des galeristes plus ou moins prenants. La dernière fois je suis allé dans la galerie *x* et c'était lourd. On me disait : « mais vous savez ça ne coûte que tant, et on peut s'arranger ». […] Alors que je ne lui demandais rien. J'ai trouvé ça mal venu. On déprécie déjà le produit alors que le client n'a rien demandé. Ça m'a fait rire »

Mais alors même qu'il déclare ne pas toujours se sentir à l'aise dans une galerie, il se contraint d'acheter en galerie. De ce fait, le rapport « Je t'aime moi non plus[739] » avec les galeries chez nombreux collectionneurs, comporte un état de conscience sur la nécessité d'acheter en galerie pour soutenir le marché. Théo s'impose ainsi un code que l'on peut qualifier d'« éthique d'achat », consistant à aussi acheter dans des galeries et non pas exclusivement « en atelier » afin d'encourager le milieu des galeries à exposer les artistes qu'il soutient :

> « La seule règle que je me donne c'est d'acheter aussi dans les galeries. C'est à dire, de soutenir non seulement le travail des artistes, mais aussi des galeristes. Il m'est arrivé d'acheter des pièces de céramistes que je connais personnellement dans des galeries, volontairement de façon à encourager le galeriste à les réexposer et à maintenir… ça oui, là il y a engagement vis-à-vis d'un artiste pour le valoriser auprès d'un galeriste. Alors que je pourrais très bien acheter la même pièce directement »

Si le fait de ne pas acheter en galerie peut donner « mauvaise conscience », cela se justifie fréquemment par le désir de rencontrer le céramiste, de pénétrer dans l'intimité du lieu de création et l'espace de vie du créateur, comme nous l'avons vu dans le chapitre précèdent. Cet extrait énoncé par Marie et Michel articule d'un côté

[739] *Ibid.*

l'intérêt pour l'univers de l'artiste et l'accessibilité des céramistes par rapport aux artistes reconnus d'autres disciplines, de l'autre :

> « Alors nous, très honnêtement on n'achète pas beaucoup en galerie. Même si on a mauvaise conscience par ce qu'on sait bien qu'il faut bien que les galeristes soient là et existent, mais le contact avec le céramiste est tellement intéressant. Je veux dire, rencontrer Jean Paul Azaïs c'est extraordinaire, Jean Girel, etc., et surtout les rencontrer chez eux. Girel nous fait voir chez lui, parce qu'il a fait un sol dans son jardin, après il vous fait voir son salon parce qu'il a utilisé l'argile pour faire un mur à la japonaise comme les crépis… c'est incroyable ! Les grands peintres ne sont pas toujours accessibles. Alors que les dix premiers céramistes français, ils restent accessibles »

Les galeries de céramique sont aussi perçues par les amateurs comme étant plus accessibles et agréables que les galeries d'art contemporain. Théo, considère que le monde de la céramique est plus « familial » que le monde l'art contemporain. Et les galeristes de céramique sont vus sous le prisme d'un engagement artistique généralement valorisant :

> « Les galeristes de céramique sont beaucoup plus cool que les galeristes d'art contemporain. Dans certaines galeries d'art contemporain, si vous n'arrivez pas avec votre carnet de chèques à la main, on te fait la gueule ! Déjà, ils ont des horaires qui font qu'on ne peut jamais aller ! »

Globalement, l'achat en galerie implique l'accès aux conseils de la figure experte du galeriste, auquel nombre de collectionneurs déclarent faire confiance. Si le galeriste représente d'une part l'artiste et le marché de l'art, il est avant tout considéré comme un passionné, tout comme le collectionneur. Le lien avec le galeriste implique ainsi un rapport avec l'expertise du professionnel[740]. Pour Pascale Ezan, « le phénomène de collection renvoie inévitablement à un processus de consommation qui touche à son

[740] Un part importante de nos enquêtés, ont accepté de répondre à notre questionnaire suite à la demande explicite du galeriste Denis Goudenhooft qui avait relayé le lien de notre questionnaire à son fichier de clients et collectionneurs (son nom se trouvait dans les réponses à la question sur les personnalités ayant joué un rôle important pour le monde de la céramique).

paroxysme dans le principe d'accumulation des objets[741] ». C'est donc le désir d'abondance d'objets que constitue selon l'auteur une condition nécessaire pour alimenter la passion de collection. En ce sens, les collectionneurs peuvent constituer la quintessence de l'amour envers les choses, et par conséquent, des entreprises (les galeries) vont transformer la valeur marchande en valeur affective à travers la mise en place d'un « système de liens » pour fidéliser le passionné. Mais dans cette quête de l'objet rare, « ce qui différencie le collectionneur de l'accumulateur réside dans le processus de sélection des pièces qui confère au passionné un statut de connaisseur. Son degré d'expertise en fait dès lors, un consommateur averti quand il se tourne vers la sphère marchande. Ce savoir qu'il alimente par la fréquentation régulière de certains points de vente lui permet d'instaurer des liens sociaux privilégiés avec les commerçants[742] ». Le degré d'expertise s'articule ainsi aux liens sociaux établis avec les intermédiaires de ces lieux. Certains collectionneurs manifestaient qu'il leur arrive de donner leurs avis, voire des conseils aux galeristes :

> « Elle présente les artistes que j'aime. On s'est rendu compte qu'on est attirées par les mêmes talents. Après coup, elle me demande : qui avez-vous repéré ? (rires) Elle a l'avantage d'avoir une galerie, et c'est une passionnée. Elle fait magistralement ses expositions. Elle en parle des expositions d'une façon magistrale. […] Chaque fois qu'elle fait une exposition, elle garde une pièce. Parfois elle me dit : « Quelle pièce devrais-je garder ? », parce qu'elle hésite »

Imbriquée à la norme éthique, la dimension économique de la collection de céramique fait écho à l'annonce du refus de la spéculation. Celle-ci est mal perçue surtout lorsqu'elle obéit à un effet de mode. Pour certains collectionneurs, il importe d'être vigilant face à l'évolution du marché de la céramique contemporaine, puisque l'engouement actuel pourrait conduire à « tuer » un marché naissant et fragile. C'est ce qu'affirme François :

---

[741] Pascale Ezan, « Le phénomène de collection : une lucarne pour appréhender la dimension affective de la consommation », *Management & Avenir*, avril 2005, n° 6, p. 50.

[742] *Ibid.*, p. 53.

> « Il y a des gens qui font des grands catalogues, avec des côtes complètement folles. C'est pas bon pour le marché. Les gens ne savent pas ce qu'ils vendent, et il ne faut pas faire de la mode ! On peut tuer un marché naissant en faisant ça. Un marché naissant est un marché encore fragile. Si on a des comportements débiles comme ça, on peut le tuer. Les gens n'ont pas envie de se faire pigeonner. Il faut les encourager, mais il ne faut pas vendre n'importe quoi à n'importe quel prix. On fait rêver les gens. C'est le côté grand public, mais la céramique n'est pas encore un produit grand public. Il faut être lucide »

C'est ainsi que l'éthique régulatrice se développe autant au sein de la communauté de professionnels que de celle des amateurs. Comme le dit Anne Jourdain ; « l'existence d'une éthique associée au pouvoir de régulation d'une au sein d'une communauté professionnelle fortement attachée à ses valeurs justifie que des entrepreneurs ne saisissent pas d'apparentes opportunités de profit qui conviendraient aux règles éthiques affichées[743] ». Si bien les sanctions peuvent être de l'ordre de la « vigilance entrepreneuriale », ce dessin publié dans la revue « L'atelier des métiers d'art » (n° 88) sanctionne sous l'effet de l'affichage d'une réprobation à travers la dénonciation de pratiques considérées comme déviantes. Dans ce cas, un collectionneur contourne l'étique d'achat parce qu'il engage une remise (réservée aux professionnels) afin d'en tirer ensuite profit au sein d'une vente publique. L'éthique communiquée dénonce d'abord l'achat spéculatif au détriment de la rétribution au travail de l'artiste, en même temps qu'elle conteste le système marchand des ventes publiques qui ne le prend pas non plus en compte.

3.1 Le paradoxe de la reconnaissance

C'est bien la non-reconnaissance encore opérationnelle de la céramique qui se trouve aux fondements d'un marché aux prix bas et dépourvu d'une tradition d'intermédiaires. Dans ce cadre normatif du marché de la céramique, fait apparition le paradoxe de la reconnaissance. Elle concerne les effets que la reconnaissance par le marché pourrait avoir sur les prix :

[743] Anne Jourdain, *Du coeur à l'ouvrage. Les artisans d'art en France*, Paris, Belin, 2014, p. 299.

> « La reconnaissance, ça c'est plutôt partagé, mais à condition aussi qu'ils comprennent que la reconnaissance si elle se traduit par une augmentation des prix dans les ventes, elle va se traduire par une augmentation pour les achats. Eh oui ! »

Admettre ce paradoxe, revient à admettre les limites de son engagement. Cela est justifié par une mise en perspective avec le marché de l'art contemporain, considéré trop spéculatif et privilégiant seulement un nombre réduit d'artistes au détriment de l'étendue du monde de l'art.

> « Alors, on a un peu une inquiétude là-dedans. Par ce qu'on a peur que les prix se mettent à s'envoler. Alors d'un côté, on se dit qu'on trouve que c'est dommage que les céramistes ne gagnent pas leur vie quand on voit le travail que c'est et d'un autre coté on se dit, si le moindre bol arrive à 5000 euros… on se dit bon, c'est vrai qu'on n'est pas clair là dessus. Par ce que le fait que maintenant il commence à y avoir de collectionneurs d'art contemporain qui s'intéressent à une céramique même assez classique (Champy, Virot et tout ça)… c'est clair que ça va augmenter les prix. Par ce qu'en fait ils n'arrivent pas à comprendre qu'une pièce de Champy ça vaut 2000, 3000 euros alors qu'ils vont acheter une installation 15000… Mais il ne faut pas perdre le marché actuel, qui n'est pas satisfaisant, mais qui existe, pour le remplacer par un marché par un marché apparemment attractif, mais qui va s'effondrer au bout de quelque temps… ou que ne permettra pas de vivre que dix et il y aura quatre vingt dix qui ne sauront pas quoi faire »

Pourquoi alors, s'engager pour la reconnaissance de la céramique au moyen de son artification, alors que les effets pourraient aller à l'encontre des intérêts individuels ? Nombre de collectionneurs se disent conscients de cette réalité et déclarent être prêts à payer le « prix fort » en échange de voir le niveau de reconnaissance de l'art qu'ils défendent s'élever. Cependant, en dehors des considérations économiques de l'offre et la demande et des hiérarchies commerciales dans le marché, interviennent les jugements subjectifs de l'attribution de la valeur selon la base de la passion et qui viennent complexifier les changements et orientations du désir de possession. L'amateur (comme le dilettante) serait une figure respectable socialement surtout lorsqu'il opère en commanditaire, collectionneur, connaisseur ou médiateur du

domaine qu'il aime. L'incidence de son action est multiple et sa contribution peut effectivement être celle de faire monter la cote de certains artistes sur le marché de l'art. Adrien Mihalache rapporte l'anecdote des frères Gertrude et Michael Stein qui « ont tant fait pour accroître le prestige de Picasso qu'ils se sont trouvés dans la situation suivante : partiellement, au moins grâce à eux, les nouveaux tableaux du peintre avaient atteint des prix au-dessus de leurs moyens. Sans rancune, ils n'ont pas revendiqué un traitement de faveur, mais ont vendu de plus anciens Picasso de leur collection pour en acquérir de nouveaux[744] ». Si bien, cette anecdote ne dit pas en quoi le dilettante est plus qu'un amateur[745], comme tient à le montrer Adrian Mihalache dans son article, elle nous renseigne sur les effets et les contre-effets de l'engagement sur la scène investie. Elle souligne le dépassement même du paradoxe de la reconnaissance, d'une part par le fait que l'amateur assume un sacrifice personnel, délaissant ainsi les intérêts financiers et en se désintéressant même d'une éventuelle autopromotion.

3.2 Stratégies de « l'œil » et de la passion

> « Je chine beaucoup. J'ouvre les yeux. Je crois que j'ai un certain œil. J'ai pas une oreille de mélomane et j'ai pas une voix de chanteur. Mais j'ai un œil qui repère les choses. Et les objets m'intéressent »

Le fait de ne pas posséder des compétences dans le domaine de la musique permet à ce collectionneur d'en affirmer une autre dans le domaine de la collection : il a l'« œil ». S'il repère les choses, c'est parce qu'il possède les connaissances lui

---

[744] Mihalache Adrian, « L'engagement du dilettante », *L'engagement, de la société aux organisations*, 2013, p. 26.

[745] Adrian Mihalache, rapporte sur le dilettante qu'il est celui qui aime « se délecter sans pour autant s'impliquer à fond dans un projet et de le développer de manière systématique à la façon des experts, serait plus qu'un amateur ». Selon lui, l'amateur, du latin *amat*, aimerait les produits intellectuels ou artistiques dûment finis, mais ne s'intéresse quasiment pas au processus de leur développement. L'auteur avance un exemple : « On peut aimer les femmes sans pour autant s'y connaître vraiment en érotologie- mais si on est un dilettante du domaine, on se doit au moins de lire (parfois avec quels délices !) le *Ars Amandi* ou bien le *Kâmasûtra* », dans L'engagement du dilettante, p. 25 op. cit.

permettant d'examiner, distinguer, juger, les objets. « L'œil » constitue aussi une compétence primordiale dans le repérage des « choses » chez les collectionneurs, et l'acte de « chiner » caractérise des liens singuliers avec les objets (au sein des marchés aux puces, brocantes, antiquaires, etc.). « Chiner » est un terme provenant de l'activité des colporteurs de chiffonniers qui parcouraient les rues à la recherche de vieux objets qu'ils revendaient ensuite sur les marchés : « Ils transportaient les objets amassés sur leur dos, qu'on nommait autrefois échine. Cette tâche, exténuante est devenue avec le temps chiner[746] ». Aujourd'hui, cette expression désigne l'activité de chercher des objets rares et implique des connaissances mobilisées dans la valuation des biens trouvés. Or, pour les experts, l'évaluation de la rareté, voire de l'authenticité des objets est variable. La dimension cognitive de ces activités contribue à former le regard et à affirmer son expertise. Celle-ci va au-delà du nom de l'artiste, la technique, la matière, etc. Elle relève aussi des connaissances du vendeur, même s'il ne s'agit pas toujours de conclure par une transaction ou de faire une bonne affaire en réduisant au maximum le prix d'achat. Elle se déploie à travers un large panel de méthodes d'évaluation, voire de l'audace face au concurrent, lui aussi censé être un expert. Le fait de chiner relève ainsi d'un rituel culturel où se mettent en jeu les rôles des acteurs spécialistes et connaisseurs. L'enjeu de soutenir le marché, de ne pas demander des réductions dans les ateliers, entre autres modalités éthiques, peut être en contradiction avec sa démarche de collectage :

> « C'est vrai que c'est antinomique parce que moi je n'ai pas beaucoup de budget. Quand je suis en brocante, je ne dis pas au marchand : « tu ne sais pas ce que c'est, ça vaut plus cher que ça, je vais te donner plus d'argent ». Là le brocanteur est responsable de son inconscience, de sa méconnaissance. Tant pis pour lui »

Ainsi, si les collectionneurs affirment avoir une certaine éthique face au marché de la céramique consistant en ne pas demander de remises au potier, acheter dans les galeries, etc., mais dans ces espaces de vente les techniques de reconnaissance et de négociation permettent aussi d'évaluer son « œil » face à celui d'un autre professionnel et expert, sans avoir le même état d'esprit que dans un marché potier ou

[746] Source : Horizon radieux. Magazine de sujets d'actualité. URL : http://horizon-radieux.com/?p=42 Consulté le 20 novembre 2016

une galerie. L'un des enjeux se situe ainsi dans la question de la confiance. En effet, c'est face à l'incertitude sur la qualité des biens ainsi que sur la probabilité d'asymétries d'information induisant le risque de fraude, que les réseaux de relations sont jugés pouvant fournir des conseils plus pertinents que certains professionnels[747]. La dimension marchande de ces « jeux » et « rituels » culturels n'est pas sans rapport avec la formation du regard d'expert, que comme l'explicite Fred dans cet extrait dépend d'un investissement personnel :

> « J'ai beaucoup chiné, j'aime beaucoup aller aux puces. Je suis un retourneur d'assiettes, des plats et d'objets d'un point éternel. Du coup, je me suis construit un regard et une culture autour de la céramique. Mais, de fait, je me sens assez autodidacte, car on n'a pas des possibilités d'étudier la céramique universitairement. En tout cas pas celle du XX siècle »

L'expression « retourneur d'assiettes » renvoie ainsi à un regard poétique de la connaissance et de la reconnaissance du détail, de la signature et de la qualité des objets. Cet aspect de la compétence du collectionneur est gratifié et gratifiant par la découverte lorsque celle-ci advient avant les autres. Le sentiment de fierté, comme le manifeste Claire, en fait partie des rétributions que « l'œil » d'expert procure :

> « Ça me fait très plaisir de voir des artistes que j'ai pu apprécier et approcher, et que j'ai pu acquérir des pièces, et qui vingt trente ans après sont des artistes internationaux. Je ne fais pas du tout dans le coup de la spéculation. Mais parce que j'aime. Parce que la plupart de temps, c'était des artistes pas du tout connus. Il y a eu ensuite la reconnaissance de ces artistes et ça me fait plaisir de me dire, 'je ne me suis pas trompé'. Avant même que les médias et les autres puissent les découvrir »

La promenade marchande au fil des brocantes, marchés aux puces, tout comme des marchés potiers, salons, etc., retranscrit un travail d'expertise où « le plaisir visuel

---

[747] Ronan Le Velly, Frédéric Goulet et Alexandre Mallard, « Les connaissances dans le marché », *Revue d'anthropologie des connaissances*, 2 mars 2015, 9, n° 1, n° 1, p. 1-16.

débouche sur la reconnaissance de l'œuvre[748] ». Cette modalité de la pratique de la collection livre un portrait de l'amateur et induit la consécration de l'expert au sein de l'espace marchand. Elle ancre la compétence au sein d'un espace paradoxal où se perpétuent les formes de sociabilité marquées par l'exercice du goût et des valeurs associées à la négociation au cœur de la pratique de la collection. Les stratégies à l'œuvre au moment de l'achat peuvent ainsi être multiples. Pour Marie et Michel, la stratégie d'achat revient en quelque sorte à un rituel ayant évolué dans le temps : d'abord sur la base d'un consensus, et de l'autre sur l'esthétique (et la fonction) de l'objet :

> « En fait, d'habitude on tourne ensemble, mais là, on a tourné chacun de son côté. Et puis on se retrouve cote à côté, et on s'est regardé et on s'est dit : « c'est cela ». Les trois temps fonctionnent : toi tu aimes ça, moi j'aime ça. Et on arrive très vite à se mettre d'accord sur la forme. C'est très vite le bol. En fait j'ai été très longue à me faire à l'idée qu'une céramique ne pouvait qu'être utile. Pour moi la céramique c'était un bol, une théière… là j'ai passé le cran. Les trucs inutiles, ça me va très bien »

Lise de son côté, s'interroge si l'objet va-t-il réussir à résister au passage du temps. Il s'agit pour elle de s'assurer que le plaisir procuré par l'achat de la pièce ne va pas disparaître. Son questionnement vise à anticiper l'émotion procurée par le contact quotidien avec l'objet :

> « Une chose importante que l'on se demande quand on collectionne : est-ce que c'est seulement plaisant ou ça va vous accompagner les dix prochaines années ? Parce que parfois on fait des achats en 5 minutes et quelques fois… par exemple, il y a un truc dont j'aimerais me débarrasser ; je l'ai épuisé. **[…]** C'est avant tout du plaisir. Je n'ai aucune stratégie. […] Alors la question que je me pose est : vais-je avoir du plaisir à le toucher ? À le regarder ? »

[748] C. Guichard, *Les amateurs d'art à Paris au XVIIIe siècle*, *op. cit.*, p. 172.

La composante affective « correspond au plaisir, à l'intérêt personnel ou à l'attirance ressentie par l'individu à l'égard de l'objet d'engagement[749] ». Benjamin Houessou affirme que c'est grâce à l'engagement que « l'individu est appris de l'objet d'engagement, il est remué jusqu'aux entrailles et s'abandonne dans les mains de l'autre[750] ». Cet « autre » peut très bien être un humain, une pratique, une pièce en céramique. Mais la collection, en tant que processus, demeure intimement liée au temps :

> « Vous verrez en vieillissant, qu'on se lasse de tout. Et quelques œuvres, les plus moches et les plus ringardes, sont celles qui résistent le mieux au temps. […] Parce que le temps fait son œuvre. […] C'est pareil pour les céramiques, c'est pareil pour tout dans la vie. On passe son temps, à vouloir plein de choses, et après on passe sa vie d'adulte à se battre pour, et quand on les obtient, souvent, où on n'est pas plus heureux. C'est quand même très rare les œuvres, qui vous apportent la satisfaction que vous pensiez qu'elles allaient vous apporter. Parce que le meilleur moment dans tout, en amour comme dans la céramique, c'est l'attente ! »

Les situations d'attente, la quête en elle-même, et parfois l'impossibilité d'obtenir un objet, constituent des véritables sources de plaisir parfois plus importantes que la possession même. Se remarquent également la déception et le sentiment de décalage que peut donner le fait de se percevoir en dehors des « nouvelles pratiques de la collection ». En effet, si la grande majorité dit adhérer aux possibilités et opportunités qu'offre le développement des plateformes d'échanges par internet (comme eBay ou les ventes aux enchères en ligne), une minorité manifeste sa déception face à ce qu'ils considèrent « la fin de l'esprit de la collection ». La condition financière et/ou l'usage d'internet par exemple provoquent l'impression qu'internet implique une façon de « tricher » :

> « Avant tu faisais le tour du monde. Là tu peux acquérir n'importe quelle pièce à condition d'avoir plein de fric. Mais là, il n'y a plus d'intérêt. L'enjeu c'était de

[749] Brault-Labbé dans Houessou Benjamin, « La primauté de a composante affective dans les processus d'engagement », *L'engagement, de la société aux organisations*, 2013, p. 76.

[750] *Ibid.*

chercher la chose, de l'échanger, par forcement pour de l'argent, mais pour un autre modèle… »

Cette manière de voir l'évolution de la pratique, dans une logique de déclin, rejoint la pensée de Jean Baudrillard qui considère l'inachèvement comme une partie du plaisir. En effet, en dressant le portrait du collectionneur entre « fétichisme et déni de la mort » il rapportait que le « plaisir est justement l'incapacité de trouver ce qu'il cherche[751] ».

4. Vers une définition de la céramophilie par les céramophiles

Les discours des amateurs sur leur relation avec la céramique ainsi que sur la pratique de la collection, dévoilent les manières d'être collectionneur et plus largement, amateur de céramique. En effet, du collectionneur « altruiste », pour qui la céramique est avant tout un plaisir déraisonné, au collectionneur « méthodique » ou « excentrique », ces amateurs de céramique adoptent des lignes de conduite hétérogènes et oscillent entre plusieurs notions à l'heure de définir leur rapport au monde qu'ils aiment. Cette section propose de décliner la représentation qu'ils ont de leur pratique et la façon dont ils investissent ce monde. En partant de ces premiers éléments de l'autodéfinition, l'analyse des représentations sociales sur la pratique advient selon une typologie de caractéristiques et de profils composant l'univers des collectionneurs à partir des dimensions matérielles, économiques, affectives, etc.

4.1 La collection : une histoire d'amour irrationnelle

La collection représente pour beaucoup la possibilité de s'entourer d'objets choisis et avec lesquels se partage un quotidien et le passage du temps. La dimension intime de la collection est significative puisqu'en intégrant l'espace de vie, les objets intègrent aussi un système symbolique de la sphère privée et de la possession. Certaines

[751] Nathalie Heinich, « Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini, La Passion de l'art primitif. Enquête sur les collectionneurs », *Gradhiva. Revue d'anthropologie et d'histoire des arts*, 19 mai 2013, n° 11, p. 199.

réponses à la question ; qu'est-ce que signifie pour vous être collectionneur de céramique ? pointaient cette relation : « Vivre quotidiennement avec la céramique » ; « Avoir des objets/œuvres que l'on aime autour de soi, dans la vie quotidienne » ; « Partager une part d'intimité ! » ; « Vivre entouré de beauté » ; « La joie de l'intimité avec une pièce ». La collection devient ainsi un marqueur du temps et de l'espace. Le collectionneur a souvent recours aux objets pour illustrer un moment de sa vie, une histoire, une rencontre (souvent avec le céramiste) ou sa pensée :

> « La collection c'est un bon marqueur du temps. On se rappelle ce qui s'est passé à un moment donné. C'est comme une musique, vous l'entendez et d'un coup, tiens ! ça te transporte à une époque passée, à un moment »

Les grands écarts entre les formes d'organiser sa collection — certains exposent tout ce qu'ils ont et d'autres, stockent une partie de leur collection dans des boîtes, dans une cave ou dans un grenier, dans une maison de campagne ou même chez des amis — interrogent sur les raisons qui amènent certains collectionneurs à amasser des objets si ce n'est pas pour les exposer au regard ? Comme pour les musées, souvent issus d'initiatives privées ou dont une partie de leurs fonds doit aux dons des collectionneurs particuliers, placer leur collection à la disposition du public est une façon de valoriser un investissement parfois relevant du sacrifice. C'est la vision de Théo qui dit exposer toute sa collection sur des meubles conçus sur mesure pour l'espace de sa collection :

> « Je n'ai pas de réserve. Je ne cache rien ! La présentation n'est pas fixe. Ça tourne dans l'appartement. Il y a des endroits plus fixes que d'autres. […] Le meuble a été choisi. Ça a été une démarche. Il n'a pas été conçu pour les pièces, je n'ai pas calculé les espaces pour les pièces. Le meuble a été conçu comme ça. Sur mesure pour le mur. On peut bouger les étagères. Les cases ne sont pas fixes. Je peux rajouter des étagères »

Chez Loïc en revanche, seulement une partie de sa collection est exposée et il appelle sa réserve « le purgatoire ». Les collectionneurs que nous avons rencontrés chez eux

disposent leur environnement en fonction de leur collection. Tandis que parmi ceux que nous avons rencontrés dans un café où ailleurs, certains nous ont confié que leur collection n'était pas bien mise en valeur et qu'ils préféraient ne pas la montrer. C'est le cas de Lise qui, n'ayant plus avoir de place pour sa collection dans son appartement parisien, avait emporté quelques pièces de sa collection dans son lieu de travail :

> « En fait, comme je passe beaucoup de temps derrière mon ordinateur et que ça me saoule un peu, j'ai ramené des œuvres et ça me permet de vivre avec. Parce que mine de rien, quand on travaille par ailleurs, on n'a pas le temps de vivre avec ses œuvres. Et du coup, les gens viennent me voir et me demandent « qui c'est qui a fait ça » et ça me permet de leur parler de tout ça »

Le partage de l'espace de vie ou de travail avec sa collection, qu'elle soit exposée ou non, renvoie au cadre organisationnel que décrivait Krzysztof Pomian sur l'attention donnée à la collection. Si bien les objets n'ont pas d'utilité, et qu'ils ne servent pas forcément à décorer les espaces, les pièces sont couramment recouvertes de soins. Cette « thésaurisation [752] » de la collection induit des rôles culturels des collectionneurs dépassant la seule jouissance de la composition d'une collection, mais prend des formes assez insolites. Les énoncés sur la collection peuvent en effet s'interpréter par un désir de consommation, révéler des pulsions « obsessionnelles », portées par le besoin de possession, voire d'accumulation :

> « Être collectionneur c'est une démarche régulière, persévérante un peu obsessionnelle »
>
> « J'aime la céramique et je ne peux m'en passer, j'ai besoin d'être et de vivre entourée de belles pièces de céramiques, comme j'aime les ateliers et leurs fours. J'aime le plaisir de ces découvertes toujours nouvelles, j'aime ensuite constituer des familles de pièces, des associations de glaçures, de matières, de formes. J'aime aussi ce lien à l'histoire de ces pièces, ce lien à leurs auteurs. C'est très vivant et cela accompagne l'histoire de ma vie »

[752] Krzysztof. Pomian, *Collectionneurs, amateurs et curieux: Paris, Venise, XVIe-XVIIIe siècle*, [Paris], Gallimard, 1987.

Certains évoquent le désir, l'amour, le plaisir, voire le besoin à l'heure de définir leur pratique de la collection :

> « Céder à la tentation de l'achat de la belle pièce rencontrée en croyant qu'elle vous est indispensable »
>
> « Être touchée par des pièces au point de vouloir se les accaparer, les utiliser, les apprécier et les découvrir au jour le jour »

La valeur symbolique inscrite dans les représentations attribuées aux objets dans une quête de la singularité, de l'authenticité peut aussi rejoindre une dimension spirituelle. Chercher « l'âme » de l'objet est un moyen récurrent de décrire sa quête : « Je collectionne des objets qui ont une âme » ou « des objets qui son des présences ». Cette projection s'articule à la dimension symbolique de la collection faisant écho à ce que Brigitte Derlon et Monique Jeudy Ballini appellent « l'état d'inspiration ». Celui-ci est manifesté lorsque « le jugement esthétique se fonde moins sur des critères strictement formels que sur des affects fortement liés à l'imaginaire[753] ». L'on retrouve ainsi une dimension « spirituelle » dans le rapport à l'objet marqué par les discours des collectionneurs puisqu'ils sont empreints d'une charge symbolique établissant une relation avec son propriétaire. La matière céramique incarne pour eux des forces extérieures, transcendantes, existentielles, souvent reliée à l'histoire de l'objet et de son acquisition. Évoquer « l'âme » de l'objet implique dépasser sa matérialité et génère un discours proche de l'« animisme » :

> « Pour moi, être collectionneur c'est d'abord être attiré par la pièce (forme, matière, technique), mais aussi par cet autre "ressenti" cette autre "émotion" que je qualifierai de "l'âme" de cette pièce que l'on a (ou pas) et qui déclenchera l'acte d'achat, comme si elle était chargée de tout l'amour que l'artiste a mis à la réaliser et qu'il vous transmet — çà je le ressens vraiment ! »

[753] Brigitte Derlon et Monique Jeudy Ballini, *La passion de l'art primitif: enquête sur les collectionneurs*, Paris, France, Gallimard, 2008, p. 154.

C'est ainsi que ces objets deviennent des présences et composent des liens sociaux désincarnés, d'une part avec l'artiste et d'autre, avec la dimension affective dont l'objet est porteur. C'est donc au cœur de la relation entre les hommes et les objets, que se découvre tout un univers indéniablement mû par la passion, l'impulsion et le mystérieux terrain des affectes, comme le formulent Luc Boltanski et Arnaud Esquerre :

> « Une chose peut sans doute, au même titre qu'une personne, être considérée dans ce qu'elle a de singulier et faire alors l'objet d'un intense investissement affectif, voire d'une passion exclusive — comme le revendiquent souvent les collectionneurs qui […] jouent un rôle important dans les économies de l'enrichissement, en mettant l'accent sur le caractère irrationnel de leur pratique, confinant à la manie[754] »

L'obsession s'observe sous les traits d'une pratique intense et incompréhensible comme l'avance ici Nigel Atkins, galeriste et collectionneur :

> « Certains collectionneurs sont excentriques. C'est obsessif. Un rapport à la matière qui n'est pas normal. Trouver des gens qui ont un véritable équilibre dans leur choix de collection est assez rare. Les choix qu'ils exercent sont des choix très bizarres. Nous avons reçu un collectionneur allemand qui a retourné la maison et il a acheté quelque chose qu'on était en train de mettre à la poubelle. Et il était content parce qu'il avait l'exemple d'une chose très rare »

Ce que le galeriste met en avant à travers cette caractérisation du collectionneur « excentrique » est la motivation d'obtenir la pièce rare, mais entièrement détachée d'une démarche méthodique :

> « Ils n'ont pas les mêmes motivations que les critiques d'art qui essaient de comparer les qualités de celui-là par rapport à l'autre. Les collectionneurs sont obnubilés par

[754] Luc Boltanski et Arnaud Esquerre, « La « collection », une forme neuve du capitalisme la mise en valeur économique du passé et ses effets », *Les Temps Modernes*, 17 octobre 2014, n° 679, p. 5-72.

l'opportunité. Ils lâchent toute raison pour accéder à la possession. Je pense que c'est des gens qui sont victimes de leur passion »

Jean est un collectionneur correspondant à ce profil. Il est passionné et vu par se pairs comme un collectionneur « généreux » et encore « un des derniers vrais collectionneurs de céramique ». Collectionneur de céramique de longue date (il aurait commencé sa collection en 1970), Jean fait partie de ces collectionneurs pour qui ce n'est pas rare de demander un prêt ou de consigner une pièce pour pouvoir en acquérir une nouvelle. Jean avait en effet pour habitude de déposer des objets dans des « maisons de prêt[755] » pour pouvoir en acheter d'autres, qu'il récupérerait plus tard[756] :

« Avant je consignais des pièces pour pouvoir en acheter d'autres. Mais j'ai arrêté. Parce que vous voyez, ils m'ont rendu une pièce de Deblander esquintée. Et ça m'emmerde bien ! Parce que cet émail-là, c'était magnifique. En plus, je n'ai pas vérifié sur place parce que je n'avais jamais eu de problème avec eux. Je me suis dit que je n'allais pas déballer pour remballer de nouveau, et pour éviter d'avoir l'accident que j'avais déjà eu avec le Fouilloux, je me suis dit 'je leur fais confiance', puis arrivé ici, voilà ! »

Ce collectionneur fait d'importants sacrifices pour acheter ses pièces. Jean ne dispose que d'un petit budget pour sa collection (il perçoit une retraite allant de 1000 à 2000 euros par mois), mais il possède des pièces des plus grands noms de la céramique. Pour ce collectionneur comme pour beaucoup d'autres, la collection ne relève nulle part d'un calcul mathématique et l'endettement peut être perçu comme « normal ». La jouissance provient de la possession de l'objet, tel que le relate ici Nigel Atkins, ayant lui-même expérimenté ce qu'il qualifie de « jouissance de la possession » et de « bataille remportée » :

[755] Institutions connues aussi sous le nom de *Mont de piété, Prêt sur gage, Crédits municipaux*. Ces entreprises fonctionnent sous une logique de prêt d'argent contre le dépôt d'un objet dont le prix est estimé à une valeur auxquel des intérêts viendront s'ajouter.

[756] Jean affirme avoir récupéré toutes les pièces qu'il aurait consignées.

> « On commence à connaître des gens qui font des sacrifices mayeurs pour acheter des pièces, par exemple, ce qui est beaucoup plus commun que l'on ne le croit, à partir du moment où ils ont acheté, ils demandent à que ce soit bien emballé et ils ne regardent plus. Ils mettent le carton dans une pièce et ils n'ouvrent pas le carton peut-être pendant dix ans. Et ce n'est même pas de la spéculation, c'est la jouissance qui vient de la possession ! J'ai été un peu comme ça moi même avec des vins de grande qualité. Je jouissais de la possession de la bouteille. Mais lors que le prix montait jusqu'à que je ne puisse pas la boire, même dans un avenir lointain, je le vendais. Et c'est vrai, que c'est qui est rare, difficile à obtenir… parce que pour avoir une très bonne bouteille il faut faire un pèlerinage à genoux à la Mecque pour convaincre le vigneron de vous céder une bouteille ou deux. Donc vous avez gagné une certaine bataille »

Placée sous l'ombre de l'accumulation et la jouissance de la possession, la collection se rapporte du côté « matérialiste ». Cependant, l'appropriation de la culture matérielle et l'attachement aux choses soulève des questions plus larges, d'ordre symbolique, social, économique, philosophique… lesquelles engagent l'identité spécifique du sujet et son parcours singulier. De ce fait, et outre le cadre obsessionnel, la notion de besoin définit ces liens par le désir de satisfaction. Elle renvoie à une sensation de manque, de désir de faire cesser ou de diminuer une sensation désagréable, ou d'accroître une sensation agréable. Face à la difficulté de définir le besoin, en dehors de ce qui est indispensable à la survie — avant tout biologique (la faim ou la soif) et lié à la vie sociale (communication) —, les besoins font l'objet des classifications opératoires selon la discipline (psychologie, sociologie, économie) lesquelles emploient des critères visant à expliquer le plus grand nombre de conduites : inné/acquis, fondamentaux ou secondaires, biologiques/sociaux, naturels/cultures, affectifs/cognitifs. On trouve par exemple la classification de Maslow hiérarchisant les besoins en cinq groupes[757] :

— Besoins physiologiques, faim, soif, besoin sexuel, de sommeil, besoins sensoriels
— Besoins de sécurité, de calme, d'équilibre
— Besoins d'appartenance, d'amour et d'affection
— Besoins d'estime, de communication, de reconnaissance sociale
— Besoins de réalisation de soi, de connaissance, d'esthétique, de créativité.

[757] Dominique Lassarre, *Psychologie sociale et économie*, Paris, France, A. Colin, 1995, p. 88.

À quoi se réfèrent les collectionneurs lorsqu'ils définissent leur pratique en tant que « besoin » ? Il s'agit avant tout d'un rapport à la consommation, que Karl Marx désigne à l'origine de la société et de l'histoire, voire comme un moteur du progrès : « C'est parce que l'homme a des besoins que l'homme crée[758] », en opposition avec la doctrine judéo-chrétienne selon laquelle l'homme est un prisonnier asservi par ses besoins humains alors que l'âme est libre. C'est donc à l'origine de la production que se trouve le besoin (pour Marx, l'objet du système capitaliste cherche à produire du profit et non pas à satisfaire les besoins). L'économie produite autour de la collection est en effet un système assimilé par le système capitaliste, mais du point de vue normatif, ce système contribue à l'équilibrage d'une économie plus large tendant à réguler la vie et la survie des céramistes, et qui se justifie ainsi par la notion d'engagement. La pratique des collectionneurs fait transparaître également un système socio-économique provoqué par la sensation d'un déséquilibre dans la collection, et dont l'achat de la pièce a pour objectif de réguler. Le « besoin collectif est la somme des besoins individuels et le besoin collectif est un besoin du système économique et social[759] ».

4.2 Qualifications de l'œil expert : la collection est une méthode

Collectionner signifie pour certains s'abandonner au coup de cœur tandis que pour d'autres, il s'agit d'une pratique éminemment raisonnée et rationnelle. Le collectionneur détient effectivement un système de compétences, savoirs et qualifications qu'il développe en lien avec sa passion. La notion de compétence se pose ici comme une notion intermédiaire permettant de penser les relations entre les savoirs théoriques. Ces savoirs adoptent ainsi trois formes : le « faire », le « savoir-faire » et le « savoir que-faire[760] ». La première concerne « la qualification comme l'ensemble des connaissances socialement définies et requises pour réaliser un travail déterminé[761] », c'est-à-dire les techniques des opérations de production, d'exécution,

[758] *Ibid.*, p. 90.

[759] *Ibid.*, p. 96.

[760] Gilbert de Terssac dans Jean-Marie Barbier, *Savoirs théoriques et savoirs d'action*, Paris, France, P.U.F, 2015, p. 225.

[761] Gilbert de Terssac dans *Ibid.*, p. 226.

etc. La qualification en termes de « savoir-faire » désigne une variable issue de la responsabilité, de l'expertise, d'interdépendance et de la formation. Enfin, le « savoir que-faire » définit quant à elle, les situations se déroulant dans des contextes peu structurés, que ce soit sur des objets matériels que sur des objets symboliques, intermédiaires entre l'homme et la matière. La notion de compétence dépasserait selon Gilbert de Terssac et Jean Marie Barbier, la notion de qualification puisqu'elle privilégie la dimension instrumentale ainsi que la valeur fonctionnelle alors que la première au contraire privilégie la valeur politique et l'aspect social. Ces conceptions servent à questionner le rapport qu'entretiennent les acteurs et les aptitudes qu'ils détiennent une fois appliquées à leur pratique, comme des outils et des ancrages. Pour Charles, la collection implique le développement d'une vraie connaissance théorique et pratique du domaine :

> « Être collectionneur de céramique, c'est, selon moi, suivre une démarche méthodique qui passe par : l'apprentissage de l'histoire de la céramique et des grandes lignes de la technique à travers la lecture d'ouvrages scientifiques, la visite de musées et des lieux qui ont marqué l'histoire de la céramique française. Je pense qu'il est important de connaître les lieux où une tradition céramique importante s'est développée par le passé et de s'intéresser, non seulement à la création contemporaine, mais aussi au patrimoine artisanal ou semi-industriel de ces régions (La Borne, Saint-Amand, le Châtelet en Berry, Noron, le Beauvaisis... pour le grès, Saint-Quentin-la-poterie, Saint-Jean-de-Fos... pour la terre vernissée, Limoges et le Berry pour la porcelaine...), — la visite de marchés potiers qui permet se familiariser avec la diversité de la production et se former un jugement, — la rencontre des céramistes sur les marchés ou, quand cela est possible, dans leurs ateliers et la discussion sur leurs sources d'inspiration, leur technique, leur vision de leur métier, — la visite de galeries. La compréhension de la céramique et des démarches des céramistes est un préalable indissociable d'une démarche d'acquisition qui doit reposer sur l'émotion que suscite une pièce »

Réunir des objets implique ainsi le développement d'une activité suivant des critères techniques, de genre, d'époque, de style, etc. À travers la méthode, le collectionneur se procure une vision détaillée et raisonnée de ce qu'il possède et développe une démarche compréhensive du fonctionnement de la collection.

4.3 Sentir ou savoir ? Une question de « rationalité limitée »

Mais la dimension sensible se dégageant du contact avec les objets peut également se fondre à la raison et à la méthode. Lorsque Denis Goudenhooft définit son rapport à la céramique, il dissocie sa pratique de la collection de son travail de galeriste et marchand d'objets d'art. En distinguant le coup de cœur de la méthode au sein de son activité, il rend ces deux processus complémentaires :

> « — *Comment procèdes-tu ?* — c'est difficile de le dire en fait. Pour le boulot je vais marcher en collectage, donc ce qui ne coûte pas très cher, et pour ma collection, je vais marcher qu'en coup de cœur. Mais ce que je développe en tant que professionnel, j'aimerais bien qu'il y ait un peu de rationalisme dans les achats »

En admettant la cohabitation de diverses au cœur de sa pratique de la collection et de galeriste, il définit deux démarches qui sont le collectage (guidé par une certaine objectivité) et la collection (guidé par le coup de cœur). De cette dialectique émerge un paradoxe confrontant sa passion à sa profession. En effet, en tant que galeriste il doit « lutter contre le coup de cœur ». Son objectif étant de former le regard de ses clients, il se doit de suivre et de transmettre la rationalité et la méthode. Sa profession de galeriste consiste selon lui en inculquer la raison et canaliser les achats. Il tente d'induire une envie contrairement au coup de foudre qui lui est irrationnel, voire inexplicable. Cette conception de la collection peut être analysée soit dans le sens d'une conduite, soit dans le sens d'un acte de décision. En nous rapportant à la théorie de la rationalité limitée développée par Herbert Simon dans les années 50 en économie des organisations se saisissent les manières dont les individus font leurs choix en tant que phénomène humain. Il soutient que les décisions répondent à plusieurs formes de rationalité, notamment en ce que les hommes peuvent expliquer les décisions sous une conscience :

> « On peut dire qu'une décision est 'objectivement' rationnelle si elle présente en fait le comportement correct qui maximisera des valeurs données dans une situation donnée. Elle est 'subjectivement' rationnelle si elle maximise les chances, de parvenir à une visée en fonction de la connaissance réelle qu'on aura du sujet. Elle est

> ‘consciemment’ rationnelle dans la mesure où l’adaptation des moyens aux fins est un processus conscient. Elle est ‘intentionnellement’ rationnelle dans la mesure où l’individu ou l’organisation auront délibérément opéré cette adaptation. Elle est rationnelle « du point de vue de l’organisation » si elle sert les objectifs de celle-ci ; enfin, elle est « personnellement » rationnelle si elle obéit aux desseins de l’individu[762] »

Selon Herbert Simon, le processus de décision est limité, car même si celle-ci peut être expliquée, la rationalité est limitée puisque les moyens ne sont pas en toujours en adéquation avec les fins. Cette limitation est engendrée par l’immense quantité d’information à traiter en provenance de l’environnement de chaque individu et les manières dont il se représente le monde. Dans l’énoncé de Denis Goudenhooft, se lit une contradiction entre la rationalité qu’il voudrait imposer aux autres collectionneurs et l’irrationalité qu’il applique à sa collection :

> « Quand je fais une expo, je rationalise la demande des collectionneurs. C’est-à-dire que je la canalise. Je lui montre que les céramiques de Xavier Durosel sont intéressantes à collectionner. Je vais lui expliquer quelles sont les raisons de s’intéresser à ce travail. Je vais induire une envie. On n’est plus dans le coup de foudre. Mon travail de galeriste commence là, quand il n’y a pas de coup de foudre chez le collectionneur. De montrer aux gens les choix, de leur y habituer. De l’amener à collectionner autre chose, parce qu’il va avoir des entrées »

Ce qu’il nomme « la négation du coup de foudre » a pour objectif de soutenir un marché qui est aussi son espace professionnel et dont il connaît les normes et les limites :

> « Il y a des collectionneurs qui vont acheter certains artistes parce que les prix ont augmenté. Et qu’il a peur que ça continue d’augmenter. Là c’est de collectionneurs qui sont entre-deux : entre placement, système financier et amour de l’objet. S’il y

[762] H. Simon, 1947, p.70 dans Didier Chabaud et al., *Les Grand Auteurs en Economie des Organisations*, s.l., Éditions EMS, 2008, p. 66.

avait suffisamment de collectionneurs qui fonctionnaient au coup de cœur, mon boulot n'existerait pas. J'aurais pas besoin de faire mon travail. Je sais que je pose des objets sur une table et j'attends que des gens aient le coup de foudre. Alors que mon métier c'est la négation du coup de foudre. C'est le contraire. Sauf que je fonctionne aussi comme ça »

Bien distinguer son travail de galeriste et son activité de collectionneur n'est pas si simple que ça. Puisque même s'il dit fonctionner au coup de foudre pour sa collection, Denis Goudenhooft obéit à une série de critères qui vont de la réussite technique aux critères financiers.

« C'est toujours faussé, parce que je mets toujours dans mes achats un critère de réussite technique. Ce n'est pas 'prouesse technique'. Pour moi, la technique qui est mise en œuvre permet de comprendre le texte. Pour revenir à la littérature. Si j'ai besoin de traduire, si je ne comprends pas le vocabulaire qui m'est donné, même si j'ai un coup de foudre. Pour moi, ça va être une envie d'appropriation. Ça vient avec des critères. Puis il y a le critère financier. Je vois une pièce qui me plaît beaucoup d'un artiste qui m'intéresse, mais je la mets dans les pièces que je n'aurais jamais. Mais on peut aussi collectionner de la documentation sur »

C'est alors qu'on peut considérer un autre concept de Simon qui est la rationalité procédurale, selon laquelle, les décisions peuvent bien s'expliquer à partir de procédures cognitives même si le monde économique est fait d'incertitudes. La réflexion sur la façon dont les collectionneurs prennent leurs décisions peut trouver ses limites aussi face à la difficulté d'expliquer la forte subjectivité de l'émotion, lorsque celle-ci s'affronte à de critères rationnels et pragmatiques. Contrairement à Denis, Théo attribue aux pièces de sa collection une « autonomie » leur conférant une individualité au sein de l'ensemble auquel elles appartiennent. Le traitement de l'information est traversé par des critères allant de l'ordre financier à la cohérence de l'ensemble :

> « C'est purement de l'émotion. Aujourd'hui, la motivation première est l'émotion. Et que j'ai le sentiment que j'ai envie de faire un parcours avec cette pièce-là, j'ai envie de l'acheter, après je l'achète ou je l'achète pas, après c'est des contingences matérielles qu'on le fait ou on ne le fait pas. Chaque pièce a été choisie en tant que telle. Pas pour s'intégrer dans la collection. Alors éventuellement, si je suis dans une expo et que j'hésite entre trois pièces, je vais réfléchir à des accords dans la collection, à comment elle peut s'intégrer ou pas »

Théo reconnaît s'« interdire » certains achats par raison, même si l'objet lui plaît comme les céramiques émaillées — que ne l'intéressent pas —, afin de garder la cohérence de sa collection. Un degré d'ouverture est cependant admis. Cela est valable notamment au sujet d'une artiste qu'il apprécie particulièrement et pour laquelle il se permet de faire une « entorse à son impulsion » :

> « C'est vrai aussi, qu'il y a des choses que je m'interdis par raison. Je collectionne très peu d'émaillages. Même s'il y a des pièces émaillées, je veux dire que Girel et Montmoullin je n'ai pas. Ça me touche moins et me suis intéressé moins. Et aujourd'hui, pour des raisons de cohérence, de présentation, il y a peu de chances que ça rentre. Quoique ça pourrait arriver. C'est donc pièce par pièce, à l'exception, d'une céramiste qui est Giselle Butod-Garçon, qui est une céramiste pour qui j'ai une vraie tendresse, c'est quelqu'un dont le parcours m'intéresse, je trouve que c'est quelqu'un qui a une vraie évolution, il y a un souffle dans son parcours. Je pense qu'elle est la seule céramiste éventuellement j'achèterais une pièce qui me plaît moins, juste comme témoignage d'une période de son travail. C'est-à-dire que c'est la seule dont j'ai envie d'avoir un parcours Butod-Garçon dans ma collection même si à un moment donné, elle a eu une période qui va moins me toucher. Je fais une entorse à mon impulsion »

Le processus décisionnel semble ici être le fruit d'une négociation interne entre l'impulsion, le désir les moyens, des informations sur les conséquences de l'achat sur la collection et de multiples paramètres qu'il se doit de mesurer, de mettre en relation, de confronter et qui tendent à évoluer selon la systématisation de la procédure. La diversité des situations repose ainsi sur la question de la cohérence et les degrés de

persévérance dans les actes[763] que sont aussi des engagements dans sa pratique et avec le milieu.

4.4 Les raisons de la *céramophilie*

C'est donc la motivation « ce qui déclenche oriente et arrête l'activité[764] » et elle peut être consciente et inconsciente. La collection est motivée donc par différents buts : combler un manque, le plaisir, « être heureux », investir une dynamique économique, esthétique et de reconnaissance sociale. Pour Marie, collectionneuse hétéroclite, la motivation « essentielle » de tout collectionneur est d'être heureux :

> « Il y a aussi des collectionneurs, qui s'imaginent qu'ils sont des grands collectionneurs, parce qu'ils achètent des bols. Et ils ont des étagères avec 40 mille bols. France Franck quand elle me disait un bol c'est merveilleux, elle avait un seul bol. Qui était d'une finesse extrême, et vraiment on voyait qu'elle pouvait passer des heures à regarder le bol. Et qu'elle y voyait des choses que moi j'ai sans doute pas vues. J'ai compris ce qu'elle voulait dire. Mais je ne sais pas, si on a 65 bols, sur une étagère, après tout, du moment où on soit heureux. C'est quand même l'essentiel de la collection. Mais il a quand même deux sortes de collectionneurs. Ceux qui le font pour être heureux, et ce qui font pour gagner de l'argent. Et à mon avis, on ne peut pas gagner de l'argent en collectionnant des bols. Donc sincèrement j'espère qu'ils sont heureux »

Pour Théo, la collection constitue un « plaisir égoïste » même s'il affirme aspirer à soutenir les céramistes dans leur travail, de les aider à « vivre un peu mieux » :

> « C'est un plaisir très égoïste. Je ne cherche pas à être reconnu en tant qu'amateur d'art. J'ai envie de dire que la seule chose dont j'en tire une certaine fierté est que je suis content que ma collectionnite permette à d'autres gens de vivre un peu mieux »

---

[763] Bernard Françoise, « Engagements et communication: enjeux théorques, enjeux pratiques (Avant propos) », *L'engagement, de la société aux organisations*, 2013, p. 17.

[764] Reuchlin (1984) dans D. Lassarre, *Psychologie sociale et économie*, *op. cit.*, p. 103.

Plongée dans sa dimension symbolique, la collection retrouve des considérations sur la vie et la mort. Constituer une collection vise à collecter, à conserver des choses en lien avec la « représentation de soi ». Elle rapproche la céramophilie à l'ego.

> « Mais pourquoi les gens collectionnent ? En dehors de la céramique. Je crois qu'on collectionne par peur de la mort, par peur de s'ennuyer. Et ça rejoint la socialisation. Après, ça va au particulier : pourquoi peinture, pourquoi céramique ? Je crois que c'est un rapport à soi même. Il y a un besoin de sortir, de comprendre, de rencontrer d'autres gens, de favoriser son ego. Vous savez Luis de Voulemorand disait *parlez moi de moi, il y a que ça qui m'intéresse*. À travers les autres, c'est de vous que vous parlez »

Cette vision de la collection révèle des questionnements existentiels profonds que les collectionneurs abordent dans le cadre de leur pratique de la collection. La collection vise à combler certains vides, lutter contre la peur de la mort, et autres sentiments universels, auxquelles elle semble leur apporter des réponses, des moyens de les contourner ou de les compenser. Pour Claire, sa céramophilie s'explique par le « goût » pour les objets, mais elle pourrait bien répondre à une question humaine plus profonde, voire « maladive » dont elle a conscience, mais qu'elle n'a pas envie d'explorer.

> « Il peut y avoir deux explications : la première est celle du goût et l'autre c'est maladive. Il n'y a pas quelques années, j'ai eu quelques soucis. Un jour, en discutant avec ma fille, elle m'a dit, maman si tu cherches à cumuler, il y a peut-être un manque de quelque chose. Un souci. Ce n'est peut-être pas inoffensif, cette accumulation. Il faut remonter au vécu. Et moi c'est un côté moins plaisant de la chose que je cherche à occulter. Et l'autre qui est rassurant, le manque a été compensé par autre chose. Et c'est lui qui prend le dessus. Et qui est plus intéressant à vivre. Et c'est celui qui me passionne. Il y a l'inconnu. Il y a un cheminement. Est-ce qu'il y a un problème ? C'est dans ma nature. Je me suis posé la question. Probablement. Mais je n'ai pas envie de creuser plus »

L'accumulation découlerait selon elle, d'un « manque de quelque chose ». Ce « quelque chose » peut aller du trait psychologique au vécu très intime. Sans prétendre à l'analyse psychologique de la collection, ce que nous retenons de ce témoignage est la possibilité que la collection offre à l'individu, d'un côté de palier aux problèmes affectifs, et de l'autre, d'assumer que la collection a des effets notables sur la vie individuelle. La sociabilité dans la collection constitue également une composante fondamentale. Ce besoin social n'est pas sans lien avec l'engagement et s'exprime à travers le processus d'attachement aux choses et le modèle social intégratif qu'il compose : Se lier d'amitié avec l'artiste, connaître d'autres personnes partageant sa passion, connaître celui qui a réalisé l'œuvre qu'on admire, pouvoir échanger avec des experts sont quelques-uns des terrains sociomotivationnels de la collection : « Beaucoup des céramistes dont j'ai des pièces sont devenus des amis », confiait un collectionneur. Dans un « petit monde de l'art » comme celui de la céramique, la rencontre est certainement plus possible que dans le monde de l'art contemporain. Mais globalement, les collectionneurs de céramique comme ceux d'art contemporain sont nombreux à acheter directement à l'artiste. Outre la motivation économique, ce phénomène s'articule à des schèmes opératoires construits autour de l'admiration pour le créateur et l'interaction sociale se transforme en un instrument du lien social.

> « Près des trois quarts des collectionneurs rencontrent les artistes dont ils achètent les œuvres ; pour un collectionneur sur cinq, cette démarche est systématique […] Les collectionneurs engagés auprès des artistes ont une propension plus élevée que les autres à visiter des ateliers d'artistes, à accorder de l'attention aux conseils que leur prodiguent les artistes et à s'adresser directement à eux pour leurs achats d'œuvres[765] »

Chez les céramophiles, les motivations pour connaître l'artiste et entretenir une relation amicale avec lui, s'articulent au sentiment d'admiration pour le monde d'origine, les normes et valeurs de la culture céramique. L'achat direct est conforme aussi à la volonté de construire une histoire, de produire de la mémoire, et de

[765] N. Moureau, D. Sagot-Duvauroux et M. Vidal, *Collectionneurs d'art contemporain : des acteurs méconnus de la vie artistique*, *op. cit.*, p. 8.

connaître les « sens » donnés à l'œuvre, comme l'avance d'abord Marie, en ensuite Charles dans ces deux extraits :

> « Il y a aussi deux types de collectionneurs : ceux qui vous disent qu'il faut connaître les artistes, et ceux qui vous disent qu'il ne faut pas connaître les artistes. Pour moi, quand on rencontre des gens comme Johan Creten, prendre un thé l'après-midi avec Johan Creten c'est merveilleux. Bon, rencontrer un grand ou un petit artiste, — la distinction n'est pas dans le fait d'être grand ou petit —, la distinction est dans le fait qu'ils parlent très bien de leur art et qu'ils sont merveilleux. Des êtres humains merveilleux. Et puis il y a des artistes qui parlent très bien de leur art et sont des cons. Donc, voilà, après ça dépend de la personnalité de chacun. Au nom de ça, il faut pas dire il faut pas connaître les artistes. Il y a des gens qui ont besoin de savoir le pourquoi du comment. Il y en a d'autres à qui ça leur est égal. Ils cherchent leur propre pourquoi et comment ».

> « Pour moi c'est important de connaître comment ils sont arrivés à ce type de création. Les dialogues sont passionnants avec les artistes. Et c'est d'autant plus important, non pas pour qu'ils vous donnent la clé de leur œuvre, parce que chacun fait sa propre lecture. La façon dont s'est constitué fait que chacun réagit différemment et heureusement ! mais c'est intéressant. Lui il est intéressé et nous aussi. Comment il est arrivé là, quelles influences… connaître le milieu, la femme ou l'homme avec qui il vit ! Ça fait évoluer aussi. La visite de l'atelier est importante, mais on le fait aussi dans la peinture… oui oui. Pour rencontrer d'autres artistes on passe souvent par les artistes, qui nous dissent… ils ont un regard assez aigu, tant vis-à-vis de leur travail que du travail des autres, et ça nous intéresse d'avoir leur avis. Et souvent ils nous passent un coup de fil pour nous dire, aller voir telle expo ou tel atelier »

Les règles individuelles varient selon chaque collectionneur et il n'est pas rare que certains collectionneurs possèdent exclusivement d'œuvres d'artistes qu'ils admirent sur les plans techniques et esthétiques, mais aussi, et surtout qu'ils « aiment » sur le plan « humain ».

> « — *Avez-vous des œuvres d'artistes que vous n'aimez pas humainement ?* — Non ! C'est rédhibitoire chez moi. Si j'aime pas l'homme, je peux aimer son œuvre, reconnaître que c'est techniquement formidable, oui… Mais pour autant je n'achèterais jamais. Jamais ! »

La revente d'une œuvre est une pratique ayant aussi des conséquences sociales puisqu'elle peut indisposer la relation entre le collectionneur et l'artiste. Charles et Louise, avancent que certains collectionneurs préfèrent ne pas connaître l'artiste afin de ne pas fragiliser la relation qu'ils auraient pu construire avec lui.

> « On connaît de nombreux collectionneurs qui refusent (de rencontrer l'artiste) justement puisque ça leur permet de revendre quand ils veulent le faire. Parce que lors qu'on noue un rapport fort avec les artistes, que si l'on a le souhait de vendre, ils sont tout de suite au courant. Ils sont très déçus. Ça fait un choc pour eux. Ils veulent que les amateurs aient envie de les garder ! »

Si bien, ils ont déjà vendu des œuvres par le passé (des œuvres « qu'ils n'aimaient pas beaucoup »), ils l'on fait sans le dire aux artistes. C'est ainsi que la rencontre avec l'artiste demeure une des motivations guidant l'investissement dans le milieu. C'est ainsi que le suivi de l'évolution de l'artiste, la connaissance des chemins artistiques et humains qu'il emprunte déterminent la forme que prend la pratique.

> « Que ce soit dans le domaine de la céramique, de la peinture, de la sculpture on est concentrés d'abord par le rapport avec l'artiste et cela nous amène à avoir beaucoup d'œuvres de ce même artiste… mais il y a des artistes qu'on lâche aussi. Parce qu'on évolue, l'artiste évolue et ça c'est pas facile non plus… on peut continuer à avoir de la sympathie pour l'artiste, mais tout d'un coup il y a une divergence »

Par ailleurs, les enjeux de la collection au sein du cercle familial contribuent à générer un système représentationnel que se construit dans les situations relationnelles et liées aux affectes. La pratique de la collection (comme la pratique artistique) n'est pas sans impacts au sein d'un couple ou d'une famille. La collection s'observe ainsi comme un

objet-passion, vécue dans un partage liant ou bien en terreau de conflits divers. Pour Nigel, la collection constitue un sujet de conversation, un projet commun et une autre forme de passion (déterminée d'une part par la question des moyens).

> « Souvent ce sont des périples partagés, entre l'homme et la femme. Parce que souvent à partir du moment où la reproduction est terminée, ils n'ont pas grand-chose à se dire. Si vous ne travaillez pas ensemble, parce qu'il y a très peu de gens qui travaillent ensemble, et une collection partagée peut être quelque chose de très fort dans un couple. Vous partagez le catalogue ensemble, vous visitez les expositions ensemble, vous partez visiter des artistes et des artisans d'art ensemble… ça vous donne beaucoup à mettre sous la dent. Quand vous êtes à table avec votre mari, et que vos enfants sont à l'université, si vous n'avez pas bâti une histoire à partager, de quoi allez-vous parler ? Et en plus, les feux de l'amour, il n'y aura pas la braise tous les soirs ! vous voyez ! La joie très zen. Et ce plaisir doit se conjuguer au fur et à mesure que vos moyens vous le permettent »

Théo et son compagnon par exemple, ne collectionnent pas les mêmes choses (lui collectionne de la céramique et son compagnon de la peinture). Si le couple n'est pas connecté par la pratique, l'un influence les choix de l'autre.

> « J'ai acheté ça à Saint Sulpice. Un peu poussé par mon compagnon qui ne vit pas ici, qui ne supporte pas les pièces au quotidien… Il a des bols par contamination. Lui, il serait plutôt un collectionneur de peinture. C'est quelqu'un qui a commencé à acheter de la peinture très jeune. Quand on s'est rencontré, on était déjà frappés. Donc on ne s'est pas lié par ça. On a des œuvres en commun, d'artistes communs. On n'achète pas les mêmes choses, mais il m'offre aussi des choses. Il travaille dans la banque. On n'est pas du tout lié ni l'un ni l'autre, ni culturellement, ni familialement au monde de l'art »

Contrairement au modèle d'harmonieux, l'environnement familial du collectionneur peut se trouver marqué par des tensions, voire par un certain isolement familial. Plusieurs de nos enquêtés nous ont confié que certaines personnes de leur famille

désapprouvaient leur pratique. C'est le cas de Claire qui nous faisait part, non sans émotion, du désintérêt de son époux pour sa pratique :

> « Je suis la seule à savoir ce que ça représente. D'ailleurs il (son mari) dit toujours : « tes conneries je vais les mettre à la poubelle. » Et ma fille n'a pas le temps de s'occuper. Elle est médecin »

Cette situation n'est pas rare, mais il serait déplacé de vouloir relier les sources de ces conflits exclusivement à la pratique de la collection. L'accumulation peut représenter un problème, notamment quand celle-ci déborde physique et matériellement. Pareillement, l'investissement d'un temps ou d'un budget considéré comme du « gaspillage » révèle d'autres types de conflits et tensions familiales pouvant entourer la collection et l'entourage :

> « Ils (certains collectionneurs) sont parfois isolés dans leurs familles… Il y a même des enfants qui sont jaloux. Par ce que l'argent qui est mis dans la collection, c'est de l'argent de poche qu'on aurait pu leur donner. Ça peut être un conflit interne à la famille. Eh oui ! »

Percevoir la pratique de la collection de manière positive, se trouve corrélée en partie à un concert familial, bien que celle-ci ne soit pas entièrement intégrée et appropriée par les autres membres de la famille :

> « Nous on est très contents que nos enfants soient ouverts à ça. Et je n'ai pas d'état d'âme pour après ma mort. Mais ça nous énerverait quand même de savoir qu'on puisse trouver ça au marché aux puces… et de voir que le truc qu'on a acheté à 500 euros parte à 15 euros, donc on sait que nos enfants récupéreront, peut être qu'ils vont les mettre dans un grenier, mais bon… »

4.5 S'engager individuel et collectivement pour la terre

Les motivations se traduisent aussi par des engagements. Et l'engagement individuel

pour la « cause céramique » advient sous forme de contestation de la situation de marginalité de la céramique. Les tensions inhérentes aux processus d'accès à la reconnaissance et à la notoriété s'expriment d'abord au travers des discours de contestation des logiques de fonctionnement de certains espaces de diffusion et de commercialisation ainsi que de certaines politiques institutionnelles, comme l'avance ici Charles :

> « Les artistes utilisant la céramique ne sont guère aidés depuis quelques années par les musées ni au niveau des expositions ni au niveau des achats. Les galeries « dédiées à la céramique » ont la plupart peu de moyens et manquent souvent de lisibilité dans leurs lignes de choix. Les galeries « autres » qui montrent des artistes utilisant le médium céramique ne le font qu'avec des artistes la pratiquant occasionnellement ou bien en montrant des réalisations faites par des tiers[766] »

Ce regard désavoué sur l'accès de la céramique aux aides institutionnelles renvoie à la présence limitée de la céramique au sein des musées, du marché de l'art contemporain, toutes deux considérées comme des instances « excluantes ». L'engagement pour la reconnaissance de la céramique se traduit donc par un panel très large d'actions qui vont de l'organisation d'évènements, la médiation, l'écriture, l'achat d'une pièce, l'adhésion au club, etc. Par là, l'expérience du Club de collectionneurs de céramique incarne un espace pour l'action collective où l'engagement advient comme un moyen de soutenir un monde « admirable » que l'on sait précaire et fragile. Concrètement, la considération d'engagement la plus commune est celle d'aider les artistes par le biais de l'achat. En décidant de consacrer tout ou une partie de ses revenus au développement de sa collection, le collectionneur sent contribuer à la tenue du marché, mais surtout, aux artistes :

> « Quand vous achetez des pièces, un tableau, une calligraphie, un couteau, à un artiste vivant, vous contribuez à le faire vivre. C'est ce que je dis toujours. Dans le domaine des objets anciens, je me pose dans la position du collectionneur qui va transmettre

[766] Propos d'un amateur-collectionneur, membre du Club de Collectionneurs de Céramique, ayant répondu au questionnaire en ligne : « À la rencontre des publics de la céramique ». Enquête 2014.

aux générations suivantes. Quand j'achète à des contemporains, ces gens là je les fais vivre. Je ne dépense pas de l'argent dans de la nourriture […] Je ne dépense pas de l'argent en habits, ça m'intéresse pas. Tout mon budget c'est des objets d'art. J'aide les gens à vivre. J'en ai conscience. C'est ma justification sociale de mon comportement. Parce que ça contribue à la tenue du marché de l'art et à son développement. Pour favoriser la céramique, il faut en acheter »

« Collectionner c'est aussi encourager l'artiste, l'aider à poursuivre son travail. Ayant un petit budget, je m'offre surtout de petites pièces utilitaires. Parfois je les offre pour les faire découvrir à d'autres »

« Sélectionner des céramistes, ceux dont les œuvres vous parlent (ce qui peut évoluer avec le temps, l'âge, les circonstances) ou vous surprennent. C'est aussi, d'une certaine façon, aider les céramistes contemporains, leur dire qu'on croit en leur travail, que leur univers nous est utile et réconfortant »

Ces témoignages montrent la pluralité de motivations aux sources de la posture d'engagement des amateurs : aider les artistes financièrement et moralement, soutenir un marché, transmettre... Ces engagements justifient socialement une pratique fortement teintée de ses stéréotypes en même temps qu'ils expriment une forte part de réflexivité. Ils mettent en avant le sacrifice du collectionneur pour soutenir le créateur, lui aussi sacrifié pour son art. L'engagement par la transmission d'une passion se transforme ainsi, en une forme de « médiation de soi ». Plusieurs niveaux d'engagements s'activent et ne cessent pour autant d'être la réflexivité de la pratique et de la personne :

« À travers ça, c'est peut-être moi que je défends. C'est une question on peut se poser. Moi je pense que tous les collectionneurs collectionnent, dans le fond du fond pour parler de soi… » — *et votre activité de commissaire d'exposition ; c'est un travail de médiation ?* — Alors là, oui. C'est un travail de médiateur, pour faire passer quelque chose, pour montrer quelque chose. Pour montrer ce que moi, à mon petit niveau, je trouve beau, intéressant, fascinant, étrange… Voilà. Après on n'est pas obligé d'aimer mes goûts. Mais je pense que les gens qui ont vu ça ne sont pas sortis comme ils sont rentrés »

Pour d'autres, comme pour Charles, l'engagement réside dans le choix de vie et dans le fait de dédier une part de ses finances à l'achat des œuvres, mais aussi, et surtout dans son implication dans la vie artistique. Son engagement repose sur la volonté de faire profiter les artistes de son capital social et financier.

> « Je pense que d'une certaine manière. L'engagement est dans le choix de vie. Consacrer une partie de vos revenus à acheter des œuvres au lieu de vous acheter des bijoux. Deuxième chose, c'est l'engagement vis-à-vis des artistes […]. Troisièmement c'est le fait d'en parler, parce qu'on connaît la difficulté des artistes. D'en parler en essayant d'avoir des contacts dans les milieux officiels. On n'écrit pas beaucoup d'articles à la RCV parce que ce n'est pas très passionnant, mais on le fait ailleurs. L'engagement est aussi dans ça. Ce n'est pas très objectif, mais l'ouvrage « 8 artistes et la terre » est un exemple. Il y a eu un investissement important »

Selon le rapport ministériel sur les collectionneurs d'art contemporain, plus le nombre d'actions de soutien augmente et se diversifie, plus l'engagement s'oriente « vers les institutions avec le financement de catalogues, la participation à l'organisation d'expositions, voire l'appartenance à un conseil d'administration ou au comité d'achat d'une institution[767] ». Charles et sa femme participent à faire vivre le « monde de la céramique » à travers une pluralité de formes d'engagements qui vont de l'investissement d'une partie de leurs revenus au financement d'ouvrages, catalogues, écriture d'articles, et enfin, le suivi des artistes et l'implication dans leur mode de vie priment. Si bien, il est vrai que les collectionneurs de céramique que financent des expos, des catalogues, etc., ne sont pas nombreux et ne mobilisent pas de moyens immenses, le sentiment de participer au développement du milieu par l'achat des pièces prime. C'est sans doute dans la construction d'un monde de l'art fondé sur des relations fortes et de proximité entre les individus : artistes, collectionneurs, amateurs, plus que dans d'autres mondes de l'art, que réside la force de l'engagement pour la terre. Mais alors que la visée de ce club n'est ni politique ni ordonnée en action socio-économique et n'est pas fondée sur des valeurs de solidarité, faut-il l'exclure pour des

[767] N. Moureau, D. Sagot-Duvauroux et M. Vidal, *Collectionneurs d'art contemporain : des acteurs méconnus de la vie artistique*, *op. cit.*, p. 13.

raisons analytiques ? Est-il au contraire possible de l'étudier sous le prisme de la théorie de l'action collective ?

Si bien, cette organisation prend la forme d'une association à but non lucratif issue de la loi 1901, on sait désormais qu'elle suit une visée plurielle. Elle participe de l'établissement d'un réseau d'interactions, plus ou moins informelles, entre individus, organisations et institutions. Tendu entre plusieurs logiques de rationalité et de légitimité, le Club relève de l'« organisation composite[768] » qui, au-delà de son statut et des objectifs déclarés, tient une grande diversité de régimes d'action. En effet, à travers la valorisation de la création, de la collection, du milieu, par des opérations de médiation et une tendance à la contestation des hiérarchies établies, le club développe un espace où se défend le socle idéologique fondé sur l'identité culturelle de la céramique. Par conséquent, son existence s'inscrit bel et bien dans un assemblage hétéroclite d'êtres humains mus par un projet commun. L'étude des mouvements sociaux et collectifs a été portée par une forte charge contestataire, au point que le chercheur trouverait une difficulté à voir dans ce type d'action collective une posture politique, Daniel Cerfaï y voit des actions collectives qui ont trouvé une forme relativement stable. Ces organisations sociales « porteuses d'une personnalité morale, représenteraient des ensembles des personnes, des intérêts ou des opinions relativement déterminées et qui, à titre de porte-parole (et) entretiendraient des relations plus ou moins régulières avec la politique institutionnelle[769] ». La question repose alors sur qui décide de ce qui est un intérêt particulier et de ce qui est universel, et de ce qui fait « intérêt » :

> « Ne doit-on pas prendre ces catégories d'intérêt particulier et d'intérêt général comme des topiques rhétoriques, plutôt que de s'appuyer sur elles dans le travail de description et d'analyse[770] ? »

[768] Daniel Cefaï, *Pourquoi se mobilise-t-on ?: les théories de l'action collective*, Paris, France, La Découverte : MAUSS, 2007, 2007, p. 19.

[769] *Ibid.*, p. 17.

[770] *Ibid.*, p. 13.

L'engagement fonctionne sur la base d'une forme organisationnelle processuelle, qui désigne implicitement un état, un processus, une cause, un effet[771]. Cette notion comprend l'idée d'un gage et comporte deux nuances relatives d'une part à la question des valeurs et de l'honneur (honorer ses engagements) et à une obligation, un contrat ou convention de l'autre. Dans les deux cas, « c'est la question de la cohérence dans un discours d'action qui est l'objet central de l'étude de la notion d'engagement en sociologie[772] ». C'est ainsi que l'engagement advient comme une promesse et comme une épreuve. Elle se définit comme ce qui fait le lien entre l'individu et ses actes comportementaux[773].

[771] Richard Delaye et Pascal Lardellier (eds.), *L'engagement, de la société aux organisations*, Paris, L'Harmattan, 2013, p. 16.

[772] *Ibid.*, p. 17.

[773] Kiesler et Sakumura dans *Ibid.*, p. 18.

Conclusion : Porter un monde de l'art par l'attachement

Ce chapitre ambitionnait de réarticuler les sens d'une notion mise à mal par son ambiguïté sémiotique — l'amateur — et de montrer comment se construisent les représentations de la céramique. En effet, malgré la malléabilité sémantique de la notion d'amateur, elle décrit un système de relations singulières entre les sujets et les objets et intègre diverses dialectiques liées à l'engagement individuel et collectif. Il s'est donc agi de regarder l'amour pour la céramique — ou de la « céramophilie » comme on regarde la cinéphilie —, comme une manière d'être au monde, mais aussi de le faire. La déconstruction de ce « petit monde fait de passionnés et de relations fortes » a permis de comprendre les logiques qui le constituent en tant que monde de l'art. Les critères et les motivations de l'adhésion des amateurs dans une démarche collective d'engagement montraient que l'objectif est avant tout d'aider à l'accomplissement de l'artification de la céramique en art contemporain, en même temps qu'il s'affirme tout un panel de singularités. Les amateurs deviennent ainsi les acteurs centraux de diverses dynamiques de renouvellement des représentations d'un monde historiquement exclu (et auto-exclu), de par son statut ambivalent de sa double appartenance aux mondes de l'art et de l'artisanat d'art. Ainsi que le montrent les discours sur la collection, émis par les amateurs eux-mêmes, ils développent un ensemble de postures et d'éthiques d'achat et de la possession partagées (l'achat dans les galeries, considération des prix) lesquels se singularisent par des conceptions individuelles de la pratique (exposition, forme et taille de la collection, etc.)). En effet, du coup de cœur à la méthode, les amateurs mobilisent pour leur pratique des critères subjectifs et affectifs tels que l'émotion, le besoin, le plaisir, la peur de la mort, le lien avec la matière et la tradition technique, etc., mais avant tout l'engagement au nom des artistes (achat, mobilisation du capital social et financier, écriture de catalogues, organisation d'expositions, conférences, voyages…). Il est également ressorti que les amateurs de céramique ont des prédispositions sociales et culturelles hautes (qualifications et activités professionnelles légitimées et légitimantes) mobilisées au moment d'intervenir dans la valorisation de la création. Le vieillissement de ces publics additionné aux moyens financiers limités, participe cependant de la construction d'un monde de l'art précaire, avec une forte malléabilité dans les rôles des acteurs et de son état encore peu connu et reconnu par le grand

public. Ces postures redéfinissent, à la lecture de leurs témoignages, l'existence d'une communauté d'amateurs portée par la réflexion autour des mutations esthétiques et sociales de la céramique. C'est en cela que l'admiration pour un milieu « modeste » et « plus cool que celui de l'art contemporain », s'est construite au moyen des engagements des amateurs, lesquels justifient, aiment, mais rejettent aussi parfois les fonctionnements et ambivalences du monde qu'ils défendent. Enfin, l'investissement personnel des amateurs que ce soit pour la reconnaissance, l'artification, la patrimonialisation de la céramique, ou encore la médiation de soi, traduit un rapport au milieu par un système de représentation dont le cœur est fait d'attachement et d'engagement.

CONCLUSION TROISIÈME PARTIE : Fabriquer les représentations et l'attachement d'un monde de l'art pour le faire exister

Cette troisième et dernière partie proposait de mette en lumière l'attachement et l'engagement artistiques au sein du monde de la céramique, à travers d'une part la médiation culturelle en opérateur des représentations, et d'autre part, une caractérisation de la céramophilie à travers les discours des amateurs de céramique. Ce monde en constante mutation, depuis le développement de la céramique d'art jusqu'à ses croisements avec l'art contemporain compose une grammaire artistique singulière, et elle a pu être saisie à partir des témoignages des amateurs de céramique. En considérant les amateurs en tant qu'acteurs actifs et producteurs de sens au sein de ce monde, cette partie a dévoilé les effets de leur engagement et leur attachement vis-à-vis de ce monde de l'art sur celui-ci. Les dynamiques interactionnelles construisant et déconstruisant les représentations sociales que les amateurs se font de la céramique ont permis d'observer depuis un nouvel angle la construction paradigmatique d'un art périphérique. Il est rapidement apparu par l'observation des évolutions les plus récentes de la céramique, que les manières de s'affranchir de son assignation ambiguë sur le plan hiérarchique des arts, sont aussi des formes de se réaffirmer une place spécifique et aux marges du paysage artistique contemporain. Ce qui pourrait paraître un paradoxe n'en est pas entièrement un, notamment lorsque l'engagement dans et pour la (re) valorisation de la technique, le métier manuel, montre des modes d'organisation et de positionnement idéologique des amateurs guidés par la part affective. La multiplicité de cadres d'action des amateurs réclame ainsi la réhabilitation de leur rôle, dans le sens de l'expertise au sein de la communauté artistique, puisqu'ils sont dépositaires de savoirs et de techniques spécifiques, faisant que ce monde de l'art puisse exister. En nous penchant d'abord sur les formes que la culture céramique occupe au sein des discours de la médiation, nous avons pu soulever une de ses spécificités sémiotiques : la matière est considérée un apport témoin de l'approche sensible, perçue également comme une médiation entre le visible et l'invisible. C'est ainsi que la réflexion croisée entre les discours des amateurs et les mécanismes de la médiation montrait l'objectif commun d'affirmer les éthiques, les identités et les valeurs de la céramique au sein du monde artistique

contemporain. Par conséquent, les cadres de la médiation, même si très variables, rétablissent à leur façon, l'attachement en tant que composante fondamentale du projet de renversement des modèles artistiques dominants et la reconnaissance d'un monde originel, héritier d'une « culture potière » et traditionnellement manuelle. La brève typologie des formes de médiation de la céramique — des médiations transverses aux médiations interpersonnelles — a mis en lumière la réflexivité du milieu. Les dispositifs de médiation deviennent ainsi les contenants des revendications du milieu pour la contestation des modèles dominants de l'art contemporain alors qu'ils proclament de nouvelles règles d'évaluation de la qualité artistique. Par ailleurs, l'enquête menée au sein du club des collectionneurs de céramique « Les céramophiles » a montré que l'engagement pour la reconnaissance de la céramique peut être assimilée à un travail collectif partant des intérêts individuels. Le système motivationnel impulsé par une série de postures individuelles, de l'adhésion (ou de la distance) de certains collectionneurs avec le monde originel (le monde potier), montre un monde polarisé, mais fait de relations humaines fortes. La redéfinition de la notion d'amateur aussi en professionnel et expert, a ouvert la fenêtre sur un nouveau segment d'acteurs du monde de l'art, auparavant relégué vers une place de récepteurs et consommateurs, mais occupant en réalité une place fort légitime dans la production de sens, de significations et surtout des représentations. Les compétences — du langage artistique aux des éthiques de marché — ont en effet redéfinit ce monde par leur adhésion et leur action expérientielle, puisque « plus le niveau d'identification de l'action est élevé, plus la sphère comportementale concernée est large, plus le sujet prendra de manière autonome des initiatives allant dans le même sens, ce qui le conduira également à consolider son système de valeurs autour de ses actes[774] ». C'est ainsi que les amateurs — en tant qu'experts en céramique — orientent ce monde par les contrastes et contradictions forgés par leur attachement. La parole experte de ceux qui aiment et défendent la céramique comme un art contemporain, apporte ainsi à l'écriture d'un nouveau modèle de médiation, que réclame une intégration accomplie au sein du monde de l'art contemporain, mais veille à ne pas s'y fondre, au risque de perdre ses spécificités.

[774] Richard Delaye et Pascal Lardellier (eds.), *L'engagement, de la société aux organisations*, Paris, L'Harmattan, 2013, p. 19.

CONCLUSION GÉNÉRALE

L'opérativité de l'attachement dans l'existence d'un monde de l'art

« Il est impossible, je me rends compte, de pénétrer la solitude d'autrui. Si nous arrivons jamais, si peu que ce soit, à connaître un de nos semblables, c'est seulement dans la mesure où il est disposé à se laisser découvrir. […] Je peux me taire, ou alors parler de choses invérifiables. Je veux au moins consigner les faits, les exposer aussi honnêtement que possible et leur laisser raconter ce qu'ils peuvent. Mais même les faits ne disent pas toujours la vérité »

Paul Auster, « L'invention de la solitude »
New York, 1982

L'idée de pénétrer un univers marqué par les relations affectives des acteurs et la communauté artistique qu'ils investissent, se heurte à la difficulté de saisir le « réel » dans les discours. Les expériences portant sur les dynamiques et logiques structurant l'attachement artistique, ont démontré néanmoins que les sentiments et les affects des amateurs jouent dans la construction des mondes de l'art, un rôle non seulement important, mais qu'ils sont les catalyseurs de nouvelles configurations et les opérateurs des représentations. C'est donc par la mise en commun de singularités — des résultats et des étonnements issus de la recherche — que nous proposons d'articuler les quatre principales conclusions, afin de proposer une analyse des dimensions sociales, discursives et symboliques structurant le « monde de la terre » :

1. La céramique existe en tant que monde de l'art (dans le sens de Howard Becker) et se trouve traversée par deux versants — patrimonial et artistique — lesquels cohabitent ensemble sans s'annuler mutuellement.
2. L'ambivalence qui en résulte est perçue régulièrement comme une instabilité, mais elle est aussi de plus en plus affirmée comme une valeur, voire une force.
3. La médiation culturelle de la céramique est l'espace où se construisent les valeurs et se transmettent les représentations sociales de la céramique. Elle opère en tant que valeur médiane des deux régimes opérationnels.
4. Le monde de la céramique se développe et évolue grâce à l'attachement et l'engagement des amateurs (acteurs divers, publics et usagers aux rôles interchangeables) lesquels affirment leur appartenance à une double culture.

Registres du système de valeurs d'un monde polarisé

En partant d'une approche ethnosociologique de la céramique en tant que territoire artistique, depuis ses origines les plus lointaines, jusqu'à ses formes les plus récentes, nous avons tenté de comprendre les représentations qui la structurent, ses sens et valeurs par le biais de son « identité » culturelle. Pour cela, il a été question d'observer les discours, les actions et les stratégies mises à l'œuvre par les acteurs sociaux, qu'ils soient créateurs, intermédiaires ou publics, ainsi que les espaces où ils

prennent place : au sein des groupes professionnels, des espaces de diffusion et de commercialisation, de la médiation et de la pratique de la collection. C'est en déconstruisant l'ensemble des composantes de ce monde, que nous avons pu en saisir ses principales logiques, ses spécificités, mais aussi les tensions qui le caractérisent.

Notre double approche consistait ainsi à interroger quelle est la place de la tradition potière, dont la technique était le marqueur, au sein de la céramique contemporaine. Et inversement, quels sont les emprunts paradigmatiques de l'art contemporain que le monde de la céramique affirme en son sein. En effet, la multiplicité de définitions contenues dans ces territoires de la céramique a mis en évidence la rupture partielle avec les paramètres de la culture potière dont la céramique contemporaine est l'héritière, tout comme son affirmation au sein même de l'innovation artistique. Par conséquent, l'analyse partait de la considération d'un monde de l'art qui se déroule au moyen de combats menés par les acteurs sociaux et institutionnels qui le composent, pour se (faire) reconnaître en dehors des clivages historiques entre principalement trois régimes — artisanat d'art, art (moderne) et art contemporain —. Le cheminement nous conduisant à ces constats s'est d'abord déroulé par l'observation de l'évolution professionnelle du milieu et les groupes de créateurs par les pratiques et usages de la matière. Les déplacements d'un métier manuel aux traditions fortement artisanales vers une pratique artistique contemporaine révélaient les mécanismes de diverses batailles menées depuis plus de 60 ans par les céramistes et potiers d'abord, puis par les artistes contemporains investissant le milieu. Cette bataille pour l'artification de la céramique, concomitante aux principes d'une patrimonialisation des spécificités techniques de la discipline, incarne l'instabilité et la constance qui la singularisent, mais aussi, et surtout l'émergence d'un système de valeurs spécifique. Ce cadre identitaire est cependant polarisé et sujet à de nombreuses tensions. En effet, en même temps que le milieu professionnel se présente comme une véritable culture céramique (portée par une idéologie artistique), de contacts accrus avec l'art contemporain sont venus peu à peu le modifier. C'est ainsi que les mutations esthétiques, techniques et sociales admettent une catégorisation professionnelle structurante : les céramistes d'art (groupe majoritaire), les céramistes contemporains (groupe bénéficiant d'une double consécration) et les artistes contemporains utilisant la céramique (groupe minoritaire plus proche de l'art contemporain). Ce partage entre les multiples pratiques et usages de la céramique fait

émerger de nombreux paradoxes s'imbriquant au sein d'un modèle discursif — sur les normes du travail artistique, les éthiques de diffusion et de commercialisation, ainsi qu'au cœur des dispositifs de médiation et la grande diversité de formes de réception —, dont le jeu rhétorique est d'une part agencée par recours au récit sur la matière et la technique et se positionnant sur la base d'une filiation avec le milieu originel potier et de l'autre, sur la distanciation partielle de celle-ci, avec un langage poétique et de l'ordre du sensible.

À travers une mise en abyme de la notion de technique, comprise comme un phénomène social et lié aux effets de représentations de la céramique (matérialité, objet, maîtrise technique) et ses croisements les plus récents avec l'art contemporain (dématérialisation, conceptualisation, desobjectisation) se traduisent ces relations *a priori* contradictoires entre traditions, savoir-faire et les aspects les plus parlants de son ouverture vers l'art contemporain. Si bien les basculements axiologiques de la céramique en tant que pratique artistique différencient bien les idéaux de la tradition potière et de son traitement en art contemporain, l'attachement aux valeurs attribuées au métier et la matière, demeure globalement partagée.

Les transitions observées au sein de la scène artistique contemporaine, décrite par les signes d'un engouement actuel pour le monde de la céramique, a aussi montré leur articulation avec l'ensemble de transformations sociétales liées aux nouvelles tendances, des modes de vie, de consommer (engagements citoyens divers, modes de vie alternatifs, mode *rétro*, admiration pour les activités manuelles, etc.). C'est ainsi qu'il se produit un renversement des rôles attribués aux paradigmes artistiques et patrimoniaux, s'opérant par un double transfert entre le monde de la céramique et de l'art contemporain, procédé de renversements des sens (et des légitimités) donnés aux frontières entre les domaines artistiques. Ce phénomène montre ainsi l'apparition de nouvelles valeurs issues d'un basculement de paradigmes, lesquelles agrémentent l'inscription mutuelle de chacun des registres. En dépit des tensions, il est apparu que le monde de la céramique bascule d'un régime à l'autre sans s'annuler mutuellement. Cela implique d'une part une affirmation de l'entre-deux comme une valeur et une vertu, et de l'autre, l'affirmation d'une double reconnaissance plutôt qu'une double marginalité.

Cependant, ce qui apparaissait comme un moment nouveau, celui du « renouveau », d'« engouement pour la céramique » et de « retour de la terre », n'en

est pas vraiment un, si l'on regarde le passé où des changements esthétiques et sociaux se sont effectués grâce aux relations entre les artistes de chaque époque et la céramique (comme fut le cas des peintres de l'art moderne). Mais au cœur de ce retour de la céramique dans l'art — que ce soit comme un processus ou comme une tendance — c'est au cœur de l'action affective des amateurs (et autres acteurs enthousiastes et multicasquettes) que s'opèrent les bouleversements disciplinaires déterminant, les orientations et perspectives auxquelles peut prétendre le milieu. En effet, les constats les plus récents du renouvellement des conventions dans le monde de la céramique, renvoient à la construction des valeurs artistiques, esthétiques et marchandes, comme la base d'une sous-économie de l'art contemporain, caractérisée par une importante précarité, une faible médiatisation et une implication limitée des intermédiaires artistiques.

La diversité d'études de cas investit par la recherche (patrimonialisation de la porcelaine de Limoges, exposition « 8 artistes et la terre », exposition « Ceramix ») ainsi que les espaces où se construisent les valeurs et la notoriété artistiques, que nous avons observés (Cité de la céramique, Sèvres, CIREC et CRAFT, Académie Internationale de la céramique, salons, biennales, marchés potiers et la collection comme espace de la *céramophilie*) a mis en lumière la configuration d'une mutation identitaire, sociale et culturelle. L'analyse structurale de ces espaces où se déplient les représentations de la céramique corrobore encore une fois le combat politique et l'engagement de ses acteurs pour participer à l'élévation du statut de ce monde artistique, du renversement des valeurs tout comme de la stabilisation de l'ambivalence qui le caractérise.

C'est donc au sein de la médiation culturelle que se place la valeur médiane de la céramique. Celle-ci partage la composition d'un consensus entre l'ensemble de valeurs des registres patrimoniaux et artistiques en deux valeurs égales. C'est au cœur des médiations, des plus spécifiques aux plus transverses et interpersonnelles, que l'engagement s'active et s'ajuste aux dimensions matérielles, symboliques et sociales. En elles s'assimilent les cadres de représentations principalement sur les manières de présenter et (se) représenter la céramique contemporaine : l'héritage du patrimoine culturel céramique et les multiples aspects du projet artificateur. En d'autres termes, c'est en affirmant la place de la technique, du travail, de la matière, que se définissent les enjeux sociaux, politiques, esthétiques des mutations les plus récentes, au

carrefour d'un jeu réflexif sous-tendu par des visions partagées, mais aussi les antagonismes du projet artificateur et de patrimonialisation.

Un autre aspect important de la recherche a été de montrer l'interchangeabilité de rôles des acteurs sociaux : les professionnels sont aussi collectionneurs, des galeristes sont aussi professionnels et collectionneurs, des collectionneurs sont aussi intermédiaires et ainsi de suite. Il s'agissait également de mettre en lumière leur investissement dans l'ensemble des registres de ce monde qui vient en modifier ses logiques. Par ailleurs, c'est à partir du constat que les céramistes ont peu recours aux intermédiaires artistiques — voire occupent eux-mêmes ce rôle —, que l'économie des biens symboliques[775] déplace le travail collaboratif, propre des mondes de l'art, sur la sphère des amateurs. En effet, ils sont les « nouveaux intermédiaires » et se trouvent « à l'interface des créateurs, de leurs potentiels financeurs et du public[776] ». Les « évolutions historiques de leurs activités, de leur apparition ou de leurs transformations au cours du temps » révèlent que leur action produit des « mutations structurelles et sociales plus globales[777] ». C'est alors que jaillit ainsi la figure du « Pro-Am » singularisée par l'hybridation et la reconnaissance des compétences professionnelles chez l'amateur. C'est au travers des discours de ces figures nouvelles au sein de ce monde qu'il devient possible de saisir les transformations paradigmatiques brouillant les catégories des publics, des producteurs ou des intermédiaires autant qu'ils contestent les hiérarchies (et frontières) qui les marquent et parfois les subordonnent. C'est donc par l'affirmation du savoir et d'un système de compétences émanant du rapport affectif avec le monde de la céramique, que l'activité de la collection, perçue comme « individuelle » devient miroir des engagements, voir d'un devoir de militance artistique en tant que corps collectif, ayant des effets sur le capital social du monde de la céramique. L'attachement détermine ainsi l'adhésion au projet artificateur et la réappropriation de ce combat porté dans un premier temps par les céramistes puis relayé par l'ensemble des amateurs. Les motivations issues des relations humaines et des objets comme des

---

[775] Pierre Bourdieu, *Les règles de l'art: genèse et structure du champ littéraire*, Paris, France, Éditions du Seuil, DL 1998, 1998, 567 p.

[776] Wenceslas Lizé, Delphine Naudier et Séverine Sofio, *Les stratèges de la notoriété: Intermédiaires et consécration dans les univers artistiques*, s.l., Archives contemporaines, 2014, 235 p.

[777] *Ibid.*

entités pouvant traduire la dimension affective (l'émotionnalité, l'invisible) affirment ainsi les nouveaux langages sur l'art contemporain et mobilisent la passion pour construire une narrativité spécifique sur l'objet. La réécriture d'un système de l'art autonome, comprend ainsi la volonté de déconstruire les représentations de la céramique (stéréotypes et préjugés) en même temps qu'il vise à démystifier la conception actuelle de l'art contemporain. Du coup de cœur à la méthode, des stratégies individuelles se mettent en place et montrent le vaste système de pratiques, discours et émotions qui guide l'action des amateurs. C'est ainsi que la valeur de la collection ne peut être attribuée qu'à sa valeur économique et marchande, mais au cadre social plus complexe et profond dans lequel il circule. C'est cela qu'Arjun Appadurai (et les différents contributeurs de l'ouvrage) proposait dans « La vie sociale des choses ». De porter la focale évaluative des objets au sein de leur potentiel social, issu lui même de la situation d'échange des objets[778]. C'est ainsi que la céramique comprise en tant que monde de l'art donne accès aux représentations que ses amateurs se font d'elle, et surtout de la potentialité sociale et génératrice de sa valeur.

Paradoxes et complémentarités ?

Enfin, on sait désormais que l'affirmation de l'ambivalence comme une vertu à l'intersection des deux versants patrimonial et artistique fait jaillir de nombreux paradoxes. Par exemple, même si la reconnaissance de la céramique par le marché de l'art contemporain se traduit par une montée des prix, le combat est toujours perçu comme nécessaire par les amateurs. La défense de ce « petit monde » précaire, mais fait de « relations fortes », cautionne ainsi, des phénomènes contradictoires. Dès lors, l'ensemble de paradoxes soulevés au sein des trois parties que composent cette thèse semble converger vers l'engagement commun des acteurs, lesquels aspirent à rehausser le statut de la céramique contemporaine, lui-même épris par une multiplicité d'intérêts individuels. C'est donc par l'observation empirique et l'analyse des logiques et catégories théoriques du système affectif de la céramique que l'on retrouve le principe de complémentarité entre les discours opposés, permettant une

[778] Arjun Appadurai, *The social life of things: commodities in cultural perspective*, Cambridge, 1986.

cohabitation des antagonismes, voire leur complémentarité, à l'instar de la théorie du physicien danois Niels Bohr. L'approche développée par Razmig Keucheyan sur l'imagination constructiviste de la sociologie de l'innovation, lui-même inspiré par Holton qui avait mis à contribution le principe de complémentarité afin de résoudre la querelle du continu et du discontinu, est défini comme suit :

> « Le principe de complémentarité soutient que dans le domaine de la physique quantique, la description exhaustive d'un phénomène suppose souvent l'acceptation de deux explications mutuellement contradictoires. La raison en est que la réalité quantique est trop complexe pour être appréhendée par un unique modèle explicative[779] »

La variabilité conceptuelle de la céramique et ses multiples réalités sociales semble complexifier la prévalence d'un seul principe. L'intense lutte menée par les acteurs du monde de la céramique depuis sa construction en monde de l'art périphérique et instable, montre que pour dépasser les catégories et hiérarchies artistiques auxquelles elle est historiquement assimilée, autoriserait une multiplicité d'appartenances en dehors des régimes classiques de l'art et l'artisanat. La façon dont les individus : qu'ils soient céramistes professionnels, galeristes ou collectionneurs, assument l'ambivalence comme une clé de voute, s'institue à la base d'un discours paradoxal de défense et de transmission des valeurs, normes et éthiques de l'identité céramique. Ce même discours *a priori* contradictoire, cohabite dans un même phénomène, sans qu'il n'y ait de ruptures ni de contradictions nettes, sur par exemple la tradition face à l'innovation, l'objet et le concept, l'art et le métier, etc. Les discours indiquent la présence de principes d'intelligibilité divergents ou contradictoires, ce qui construit le principe de complémentarité où l'on accepte plusieurs explications mutuellement contradictoires. La stabilisation de la céramique en tant qu'art contemporain avec une part artisanale semble nécessiter d'un ajustement des opérateurs pour le projet artificateur. C'est à partir de la question de la tradition technique comme concept structurant que les multiples registres d'appartenance de la céramique nous ont conduits à nous interroger sur les manières dont l'identité collective peut être considérée au sein d'une société d'individus défendant différentes valeurs et un même

[779] Razmig Keucheyan, « L'imagination constructiviste.: Une enquête au centre de sociologie de l'innovation », *L'Année sociologique*, 2008, vol. 58, n° 2, p. 415.

projet. Au lieu de proposer une caractérisation unifiée du paradigme artistique de la céramique, la recherche définit un cadre général confirmant les antagonismes complémentaires des luttes individuelles pour un objectif commun.

Nous pouvons à ce stade avancer que c'est justement par la dimension affective que les mondes de l'art spécifiques et dans une certaine marge, peuvent continuer à se développer, s'affranchir de leurs frontières, et s'engager dans des orientations qui les modifient en même temps que les enrichissent. C'est ainsi que notre thèse démontre que la difficulté à (se) définir la céramique en art contemporain passe par une série de paradoxes et de contradictions lesquelles s'inscrivent autant dans la pluralité de ses formes que dans l'instabilité de ses ambitions. Mais que paradoxalement, c'est grâce à la cohabitation de ces contradictions que la céramique peut tenir en tant que véritable communauté artistique ayant une identité collective singulière et forte.

Enfin, l'ensemble de nos analyses soulève autant d'ouvertures que de réponses, aussi bien que cette recherche n'ait pas la prétention de résoudre la querelle historique qu'agitent les mondes de l'art. Au contraire, notre contribution aspire à ouvrir, à travers le filtre de la céramique, la formulation de questionnements au sujet d'un objet peu représenté au sein de la recherche universitaire. Ces ouvertures peuvent bien entendu être comprises aussi comme des limites, puisqu'il a fallu d'abord procéder à l'autopsie générale d'un sujet en principe trop vaste, les aspects qui le revêtent dans sa globalité, et qui, tous comptes faits, nous permettent aujourd'hui, d'envisager de nouveaux chemins de la recherche, notamment sur les déplacements des frontières artistiques et la stabilisation des marges au prisme des changements d'échelles, ainsi que sur le rôle des rapports affectifs qu'animent les individus et leurs relations avec les objets et les spécificités de chaque monde de l'art.

Bibliographie

Adrian, Mihalache. « L'engagement du dilettante ». *L'engagement, de la société aux organisations*, Collection Des hauts et débats, 2013, 25-36.

Alin Avila. « Dédain vaincu. Serge Nicole, Entretien avec Alin Avila ». *Area*, n° 31 (Automne-Hiver 2015): 13-16.

Andreacola, Florence. « Musée et numérique, enjeux et mutations ». *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 5 (1 juillet 2014). doi:10.4000/rfsic.1056.

Andréani, Carole. « 30 ans de céramique ». *Revue de la céramique et du verre*, n° 200 (janvier 2015): 49-60.

———. « Céramix. L'entre-soi et la question de l'artification ». *Revue de la céramique et du verre*, n° 208 (Mai-Juin 2016): 18.

———. « Louise Hindsgavl, Sade et Newton en cavale ». *La revue de la céramique et du verre*, n° 184 (Mai-Juin 2012): 58-61.

Appadurai, Arjun. *The social life of things: commodities in cultural perspective*. Cambridge, 1986.

Bachelier, Bernard. « Acteurs du marché. Constance et renouvellement ». *Revue de la céramique et du verre*, n° 200 (janvier 2015): 112-13.

———. « Céramix à Maastricht ». *La revue de la céramique et du verre*, n° 206 (janvier 2016): 14-21.

Bagault, Céline. « Vintage : c'était mieux avant ». *Sciences Humaines*, 2013. http://www.scienceshumaines.com/vintage-c-etait-mieux-avant_fr_28585.html.

Bajard, Flora. « Enquêter en milieu familier ». *Genèses* n° 90, n° 1 (1 juin 2013): 7-24.

———. « Sociologie des céramistes d'art en France. L'invention d'un groupe socio-professionnel : pratiques et manières d'être ». Thèse de doctorat (en cours de publication), Université de Lausanne, Institut des Sciences Sociales, 2014.

Bajard, Flora, et Marc Perrenoud. « « Ça n'a pas de prix »: Diversité des modes de rétribution du travail des artisans d'art ». *Sociétés contemporaines* 91, n° 3 (2013): 93. doi:10.3917/soco.091.0093.

Ballé, Catherine. « Musées, changement et organisation ». *Culture & Musées* 2, n° 1 (2003): 17-33. doi:10.3406/pumus.2003.1176.

Barbier, Jean-Marie. *Savoirs théoriques et savoirs d'action*. Paris, France: P.U.F, 2015.

Barthes, Roland. *L'aventure sémiologique*. Seuil, 1985.

———. « Théorie du texte ». *Encyclopædia Universalis*, 1973. http://www.universalis.fr/encyclopedie/theorie-du-texte/.

Baudrillard, Jean. *Le système des objets:* Paris, France: Denoël-Gonthier, 1984.

Beaumont, Thierry de. « Alain Girel ». *La revue de la céramique et du verre*, n° 122 (janvier 2002): 20-25.

Becker, Howard. *Les mondes de l'art*. 1 vol. Champs. Arts, ISSN 1958-0665 648. Paris, France: Flammarion, impr. 2010, 1988.

Becker, Howard Saul, et Jean-Michel Traduction Chapoulie. *Outsiders: études de sociologie de la déviance*. Traduit par Jean-Pierre Briand. Paris, France: Éd. Métailié, 1985, 1985.

Belk, Russell W. *Collecting in a Consumer Society*. Psychology Press, 1995.
Benghozi, Pierre-Jean. « Becker Howard S., ~~Les mondes de l'art.~~ ». *Revue française de sociologie* 31, n° 1 (1990): 133-39.
Benhamou, Françoise, Nathalie Moureau, et Dominique Sagot-Duvauroux. *Les galeries d'art contemporain en France: portrait et enjeux dans un marché mondialisé*. Paris, France: la Documentation française : Ministère de la culture et de la communication, département des études et de la prospective, 2001.
Benjamin, Houessou. « La primauté de a composante affective dans les processus d'engagement ». *L'engagement, de la société aux organisations*, Collection Des hauts et débats, 2013, 75-86.
Benjamin, Walter, et Jean Lacoste. *Paris, capitale du XIXe siècle: le livre des passages*. Paris: Cerf, 1989.
Benveniste, Émile. *Problèmes de linguistique générale*. 2 vol. Paris, France: Gallimard, 1980.
Bérardi, Jean-Charles, Nicole Ramognino, et Constance de Gourcy. *Prolégomènes à une sociologie de l'art: les formes élémentaires de l'échange artistique et son procès*. Paris, France: l'Harmattan, 2009.
Berliner, David. « Anthropologie et transmission* ». *Terrain. Revue d'ethnologie de l'Europe*, n° 55 (5 septembre 2010): 4-19.
Berthoud, Gérald, et Giovanni Busino. *Paroles reçues*. Genève 12, France: Librairie Droz, 2015.
Bessy, Christian. « Stroobants Marcelle, ~~Savoir-faire et compétences au travail. Une sociologie de la fabrication des aptitudes.~~ ». *Revue française de sociologie* 37, n° 2 (1996): 319-22.
Boltanski, Luc, et Arnaud Esquerre. « La « collection », une forme neuve du capitalisme la mise en valeur économique du passé et ses effets ». *Les Temps Modernes*, n° 679 (17 octobre 2014): 5-72.
Bonnain-Dulon, Rolande. « Enchères et émotions ». *Ethnologie française* Vol. 31, n° 3 (1 septembre 2001): 511-26.
Bonnot, Thierry. *L'attachement aux choses*. Paris: CNRS Éditions, 2014.
Bordeaux, Marie-Christine. « La médiation culturelle en France, conditions d'émergence, enjeux politiques et théoriques », 12. Montréal, 2008.
Bordeaux, Marie-Christine, et François Deschamps. *Éducation artistique, l'éternel retour ?: une ambition nationale à l'épreuve des territoires*. Toulouse, France: Editions de l'Attribut, DL 2013, 2013.
Bourdieu, Pierre. *La distinction critique sociale du jugement*. Paris: Éd. de Minuit, 1979.
———. « Le champ littéraire ». *Actes de la recherche en sciences sociales* 89, n° 1 (1991): 3-46. doi:10.3406/arss.1991.2986.
———. *Les règles de l'art: genèse et structure du champ littéraire*. Paris, France: Éditions du Seuil, DL 1998, 1998.
———. *Raisons pratiques: sur la théorie de l'action*. Paris, France: Éd. du Seuil, 1994.
Bourdieu, Pierre, Alain. Darbel, et Dominique Schnapper. *L'amour de l'art: les musées d'art européens et leur public*. Paris: Éditions de Minuit, 1969.
Bowness, Alan. *Les conditions du succès: comment l'artiste moderne devient-il célèbre ?* Traduit par Catherine Wermester. Paris, France: Allia, 2011.
Breton, André. *Nadja*. Paris, France: Le Livre de Poche, 1964.
Bromberger, Christian. *Passions ordinaires: football, jardinage, généalogie, concours de dictée...* Hachette Littératures, 2002.

Brumm, Véronique. *La patrimonialisation de l'industrie du verre et du cristal*. Avignon, 2003. http://www.theses.fr/2003AVIG1034.

Brunet, Marcelle, Jeane Giacomotti, et André Pecker. « Céramique ». *Encyclopædia Universalis (en ligne)*, 8 octobre 2015. http://www.universalis.fr/encyclopedie/ceramique/.

Buob, Baptiste. *De l'adresse. Remarques sur l'esthétique des gestes du luthier*. Vol. 17. Musée du quai Branly, 2013. http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=GRADH_017_0070.

Bureau, Marie-Christine, Marc Perrenoud, et Roberta Shapiro. *L'artiste pluriel: démultiplier l'activité pour vivre de son art*. Villeneuve d'Ascq: Presses universitaires du Septentrion, 2009.

Caillet, Élisabeth. *Accompagner les publics: l'exemple de l'exposition « Naissances » au Musée de l'Homme, novembre 2005-septembre 2006*. Paris, France: L'Harmattan, 2007.

Caillet, Élisabeth, et Daniel Jacobi. *Les médiations de l'art contemporain*. Vol. N°3. Culture & Musées, 2004.

Caillet, Élisabeth, et Évelyne Lehalle. *A l'approche du musée, la médiation culturelle*. Lyon, France: Presses universitaires de Lyon, 1995.

Cauchard, Lionel. « L'organisation de l'expertise dans les espaces de normalisation technique ». *Revue d'anthropologie des connaissances* Vol. 7, n° 1, n° 1 (4 mars 2013): 173-93.

Caune, Jean, et David Lescot. *La démocratisation culturelle: une médiation à bout de souffle*. Grenoble, France: Presses universitaires de Grenoble, 2006.

Cefaï, Daniel. *Pourquoi se mobilise-t-on ?: les théories de l'action collective*. Paris, France: La Découverte : MAUSS, 2007, 2007.

Cefaï, Daniel, Dominique Pasquier, épistémologie et sciences sociales Centre universitaire de recherches sur l'action publique et le politique, et Centre d'étude des mouvements sociaux, éd. *Les sens du public: publics politiques, publics médiatiques*. Paris, France: Presses universitaires de France, 2003.

Centre de recherche sur les arts de feu et de la terre, éd. *L'expérience de la céramique*. Couleurs contemporaines. Suresnes: B. Chauveau, 2007.

« Ceramix : exposition réjouissante à Sèvres-Cité de la céramique et à La Maison Rouge ». *Le blog de Thierry Hay*, 9 mars 2016. http://culturebox.francetvinfo.fr/le-blog-de-thierry-hay/2016/03/09/ceramix-exposition-rejouissante-a-sevres-cite-de-la-ceramique-et-a-la-maison-rouge.html.

« «Ceramix», un max de terre cuite ». *Libération.fr*, 3 avril 2016. http://next.liberation.fr/images/2016/04/03/ceramix-un-max-de-terre-cuite_1443699.

Certeau, Michel de, et Pierre Mayol. *L'invention du quotidien*. Édité par Luce Auteur Giard. 2 vol. Paris, France: Gallimard, 1990.

Chabaud, Didier, Jean-Michel Glachant, Claude Parthenay, et Yannick Perez. *Les Grand Auteurs en Economie des Organisations*. Éditions EMS, 2008.

Chaumier, Serge. « Les écritures de l'exposition ». *Hermès, La Revue*, n° 61 (1 décembre 2011): 45-51.

Chauvin, Pierre-Marie. « La sociologie des réputations ». *Communications* n° 93, n° 2 (7 novembre 2013): 131-45.

Combessie, Jean-Claude. *La méthode en sociologie*. Paris: La Découverte, 2010.

Cominelli, Francesca. « Le patrimoine culturel immatériel est-il un bien commun ? Le cas de la pierre sèche en France ». *Revue de l'organisation responsable* Vol. 7, n° 2 (30 septembre 2013): 83-92.

Copans, Jean. *L'enquête ethnologique de terrain*. Édité par François de Singly. Paris, France: A. Colin, 2005.

Danto, Arthur Coleman. *La transfiguration du banal: une philosophie de l'art*. Traduit par Claude Hary-Schaeffer. Paris, France: Ed. du Seuil, DL 1989, 1989.

Darène, Nathalie. « L'impact des pratiques industrielles contemporaines sur la confiance inter-organisationnelle dans la sous-traitance du luxe ». *Projectics / Proyéctica / Projectique* 11, n° 2 (2012): 97. doi:10.3917/proj.011.0097.

Davallon, Jean. « Comment se fabrique le patrimoine ? » *Sciences Humaines*, 2009. http://www.scienceshumaines.com/comment-se-fabrique-le-patrimoine_fr_12550.html.

———. « La médiation : la communication en procès ? » *MEI. Media et information*, n° 19 (2003): 37-59.

———. *Le don du patrimoine: une approche communicationnelle de la patrimonialisation*. Paris, France: Hermès science publications : Lavoisier, 2006.

———. « Le pouvoir sémiotique de l'espace ». *Hermès, La Revue*, n° 61 (1 décembre 2011): 38-44.

———. *L'exposition à l'oeuvre: stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris, France, Canada, 2000.

———. « Pourquoi considérer l'exposition comme un média ? » *Médiamorphoses*, n° 9 (2003): 27-30.

———. « Tradition, mémoire, patrimoine ». In *Patrimoines et identités*, 41-64. Muséo. Québec, Canada: MultiMondes : Musée de la civilisation, 2002.

Deblander, Robert. « Céramistes ? être ou ne pas être ? » *L'atelier des métiers d'art*, n° 73 (novembre 1982): 22-23.

« Définitions : pièce - Dictionnaire de français Larousse ». Consulté le 28 octobre 2015. http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/pi%C3%A8ce/60773.

Deflaux, Fanchon. *Les biennales et la « scène internationale » de l'art contemporain : l'opérativité des dispositifs d'énonciation dans la régulation des positions et des valeurs*. Avignon, 2008. http://www.theses.fr/2008AVIG1057.

Delaye, Richard, et Pascal Lardellier, éd. *L'engagement, de la société aux organisations*. Collection Des hauts et débats. Paris: L'Harmattan, 2013.

Delzescaux, Sabine, et Pierre Ansart. *Norbert Elias: une sociologie des processus*. Paris, France, 2002.

Derlon, Brigitte, et Monique Jeudy-Ballini. *La passion de l'art primitif: enquête sur les collectionneurs*. Paris, France: Gallimard, 2008.

Dewar, Daniel, et Grégory Gicquel. *Le Hall: Daniel Dewar et Grégory Gicquel*. Paris: Centre Pompidou, 2013.

Dewey, John, Richard Shusterman, et Stewart Buettner. *L'art comme expérience*. Traduit par Jean-Pierre Cometti, Christophe Domino, et Fabienne Gaspari. Paris, France: Gallimard, 2010.

Donnat, Olivier. « Les passions culturelles, entre engagement total et jardin secret ». *Réseaux* n° 153, n° 1 (2 février 2009): 79-127.

Dossier de candidature pour l'inscription de la porcelaine de Limoges sur la liste représentative du PCI de l'Unesco (2011).

Dubois, Sébastien. « La réputation : un outil pour gérer des carrières ». *Annales des Mines - Gérer et comprendre* N° 99, n° 1 (1 mars 2010): 64-73.

Ethis, Emmanuel. *Sociologie du cinéma et de ses publics*. Édité par François de Singly. Paris, France: Armand Colin, DL 2014, 2014.

Ezan, Pascale. « Le phénomène de collection : une lucarne pour appréhender la dimension affective de la consommation ». *Management & Avenir*, n° 6 (avril 2005): 49-62. doi:10.3917/mav.006.0049.

Fabre, Isabelle. « Médiation documentaire et culturelle dans le musée ». *Communication & Langages*, n° n° 73 (septembre 2012): pp. 83-99.

Ferrand, Laure. « Olivier Roueff, Jazz. Les échelles du plaisir ». *Lectures*, 15 novembre 2013. https://lectures.revues.org/12692.

Ferron, Benjamin, Nicolas Harvey, et Olivier Trédan. *Des amateurs dans les médias: légitimités, autonomie, attachements*. Paris, France: Presses des Mines, DL 2015, 2015.

Flon, Emilie. *Tourisme et médiations des patrimoines*. Arles: Actes sud, 2014.

Foucault, Michel, et Jacques Lagrange. *Dits et écrits, 1954-1988*. Édité par Daniel Defert et François Ewald. Paris, France: Gallimard, impr. 2001, 2001.

Francblin, Catherine. « Ceramix, de Rodin à Schütte ». *Artpress*, n° 433 (Mai 2016): 26.

France, Ministère de la culture et de la communication (1991-1992), Département des études et de la prospective, Bernard Rouget, Dominique Sagot-Duvauroux, et Sylvie Pflieger. *Le marché de l'art contemporain en France: prix et stratégies*. Paris: la Documentation française, 1991.

Françoise, Bernard. « Engagements et communication: enjeux théorques, enjeux pratiques (Avant propos) ». *L'engagement, de la société aux organisations*, Collection Des hauts et débats, 2013, 15-22.

François Mathey. « Artiste / Artisan ? » *Area*, n° 31 (2015): 38-39.

Frau, Caroline. « « Tout change à partir de ce soir » ?: Le changement générationnel dans l'activité tactique du groupe professionnel des buralistes ». *Politix* 96, n° 4 (2011): 39. doi:10.3917/pox.096.0039.

Freidson, Eliot. « Les professions artistiques comme défi à l'analyse sociologique ». *Revue Française de Sociologie* 27, n° 3 (juillet 1986): 431. doi:10.2307/3321317.

Gardet, Coralie. « Les enjeux sociaux et communicationnels du phénomène rétro », 27 juin 2013, 78.

Gauchet-Lopez, Maud, et Marie-Sylvie Poli. « Les médiations de l'art contemporain via les sites internet : des représentations paradoxales ». *Culture & Musées* 3, n° 1 (2004): 97-115. doi:10.3406/pumus.2004.1189.

Gaudichon, Bruno., et Joséphine. Matamoros. *Picasso céramiste et la Méditerranée*. Paris: Editions Gallimard, 2013.

Girel, Alain. *Projet de création d'un centre international de recherche, enseignement et formation céramique*. Archive inédite, 1988.

Girel, Jean. *Une brève histoire de la Céramique*. Paris: J.-C. Béhar, 2014.

Girel, Sylvia. *Définition « Mondes de l'art » Lexique Socius*. http://ressources-socius.info/index.php/lexique, 2015.

———. *La scène artistique marseillaise des années 90: une sociologie des arts visuels contemporains*. Paris, France, 2003.

Goffman, Erving. *Les cadres de l'expérience*. Traduit par Isaac Joseph, Michel Dartevelle, et Pascale Joseph. Paris, France: les Éditions de Minuit, impr. 1991, 1991.

Goudenhooft, Denis. *Potiers de grès: sceaux et signatures de 1941 à 1985*. France: Complément d'objet, 2010.
Greffe, Xavier. *La gestion du patrimoine culturel*. Paris, France: Anthropos, 1999.
Grignon, Claude, et Jean-Claude Passeron. *Le savant et le populaire: misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*. Paris, France: Points : DL 2015, 2015.
Groys, Boris. « Le musée pour l'installation d'art contemporain ». *Hermès, La Revue*, n° 61 (1 décembre 2011): 69-75.
Guichard, Charlotte. *Les amateurs d'art à Paris au XVIIIe siècle*. Champ Vallon. Epoques, 2008.
Guide des céramistes. Revue de la Céramique et du verre(Editions de la), 2013.
Heinich, Nathalie. « Avoir un don. Du don en régime de singularité ». *Revue du MAUSS* 41, n° 1 (2013): 235. doi:10.3917/rdm.041.0235.
———. « Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini, La Passion de l'art primitif. Enquête sur les collectionneurs ». *Gradhiva. Revue d'anthropologie et d'histoire des arts*, n° 11 (19 mai 2013): 225-29.
———. *Du peintre à l'artiste: artisans et académiciens à l'âge classique*. Paris, France: les Ed. de Minuit, impr. 1993, 1993.
———. *La fabrique du patrimoine: « de la cathédrale à la petite cuillère »*. Édité par de l'ethnologie France. Sous-direction de l'archéologie. Paris, France: Éd. de la Maison des sciences de l'homme, DL 2009, 2009.
———. « La signature comme indicateur d'artification ». *Sociétés & Représentations* n° 25, n° 1 (1 juin 2008): 97-106.
———. *L'élite artiste: excellence et singularité en régime démocratique*. Paris, France: Gallimard, 2005.
———. *Le paradigme de l'art contemporain: structures d'une révolution artistique*. Paris, France: Gallimard, 2014.
Heinich, Nathalie, et Roberta. Shapiro. *De l'artification: enquêtes sur le passage à l'art*. Paris: Éd. de l'École des hautes études en sciences sociales, 2012.
Heinich, Nathalie, et Roberta Shapiro. « De l'artification : une réponse à Gérard Creux ». *Lectures*, 15 mai 2012. http://lectures.revues.org/8395.
Hennion, Antoine. *La passion musicale: une sociologie de la médiation*. Paris, France: Éd. Métailié, DL 2007, 2007.
Hervieu-Léger, Danièle, et Bertrand Hervieu. *Le retour à la nature: « au fond de la forêt... l'État »*. La Tour d'Aigues, France: Éditions de l'Aube, 2005.
Hottin, Christian. « Entre ratification et inscriptions ». *Terrain. Revue d'ethnologie de l'Europe*, n° 57 (5 septembre 2011): 144-57. doi:10.4000/terrain.14390.
« Howard S. Becker et Alain Pessin : Dialogue sur les notions de Monde et de Champ ». *Sociologie de l'Art* OPuS 8, n° 1 (15 novembre 2012): 163-80.
Ion, Jacques. *L'engagement au pluriel*. Saint-Étienne, [France]: Publications de l'Université de Saint-Étienne, 2001.
———. *S'engager dans une société d'individus*. 1 vol. Collection Individu et société, ISSN 1637-7923. Paris, France: A. Colin, DL 2012, 2012.
Ion, Jacques, Spyros Franguiadakis, et Pascal Viot. *Militer aujourd'hui*. Paris, France: Autrement, impr. 2005, 2005.
Jean, Daniel. « Le vers comme indice d'artificialité dans le théâtre de T.S. Eliot : The Confidential Clerk ». *Sillages critiques*, n° 10 (1 décembre 2009). https://sillagescritiques.revues.org/1824.
Jodelet, Denise. *Représentations sociales et mondes de vie*. Archives contemporaines, 2015.

Jodelet, Denise, et Serge Moscovici. *Folies et représentations sociales*. Paris, France: Presses universitaires de France, impr. 1989, 1989.
Jourdain, Anne. *Du coeur à l'ouvrage. Les artisans d'art en France*. Socio-histoires. Paris: Belin, 2014.
———. « La construction sociale de la singularité. Une stratégie entrepreneuriale des artisans d'art ». *Revue Française de Socio-Économie* 6, n° 2 (2010): 13. doi:10.3917/rfse.006.0013.
———. « Quelles limites éthiques pour l'artisanat d'art ? » N° 22, n° 1 (28 août 2013): 153-68.
———. « Réconcilier l'art et l'artisanat: Une étude de l'artisanat d'art ». *Sociologie de l'Art* OPuS 21, n° 3 (2012): 19. doi:10.3917/soart.021.0019.
Kahn, René. « La dimension culturelle du développement territorial ». *Revue d'Économie Régionale & Urbaine* octobre, n° 4 (20 janvier 2011): 625-50.
Kaiser, Wolfgang. « Pratiques du secret ». *Rives méditerranéennes*, n° 17 (15 février 2004): 7-10. doi:10.4000/rives.535.
Keucheyan, Razmig. « L'imagination constructiviste.: Une enquête au centre de sociologie de l'innovation ». *L'Année sociologique* 58, n° 2 (2008): 409. doi:10.3917/anso.082.0409.
Lafontant Vallotton, Chantal. *Entre le musée et le marché: Heinrich Angst, collectionneur, marchand et premier directeur du Musée national suisse*. L'atelier = Das Atelier = The workshop. Berne: Peter Lang, 2007.
Lassarre, Dominique. *Psychologie sociale et économie*. Paris, France: A. Colin, 1995.
Latour, Bruno. « Prendre le pli des techniques ». *Réseaux* n° 163, n° 5 (21 septembre 2010): 11-31.
———. *Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory*. Oxford, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord, s. d.
Latour, Bruno. « Une sociologie sans objet ?: remarques sur l'interobjectivité ». *Sociologie du travail Objets & mémoires*, 1994.
Lazega, Emmanuel. « Capital social, processus sociaux et capacité d'action collective », janvier 2006, 213-25.
Leadbeater, Charles, et Paul Miller. *The pro-am revolution: how enthusiasts are changing our society and economy*. London, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord: Demos, 2004.
Le Bart, Christian. « Stratégies identitaires de fans ». *Revue française de sociologie* 45, n° 2 (2004): 283-306.
Le Marec, Joëlle. *Publics et musées: la confiance éprouvée*. Paris, France: L'Harmattan, DL 2007, 2007.
Lequeux, Emmanuelle. « Le potentiel érotique de la céramique ». *Le Monde.fr*, 30 avril 2016, sect. Culture. http://www.lemonde.fr/culture/article/2016/04/30/le-potentiel-erotique-de-la-ceramique_4911387_3246.html.
Leroi-Gourhan, André. *Evolution et techniques*. Paris, France: Ed. Albin Michel, 1945.
Levy, Tatiana, et Jean Davallon. « Le collectionneur d'art moderne et contemporain et la "publicisation" de sa collection privée: un "concept" dans l'espace de médiation ». Atelier national de reproduction des thèses, 2009.
Leyens, Jacques-Philippe, Vincent Yzerbyt, et Georges Schadron. *Stéréotypes et cognition sociale*. Editions Mardaga, 1996.
Lizé, Wenceslas, Delphine Naudier, et Olivier Roueff. *Intermédiaires du travail artistique: à la frontière de l'art et du commerce*. Paris, France: Ministère de la culture et de la communication, Secrétariat général, Service de la

coordination des politiques culturelles et de l'innovation, Département des études, de la prospective et des statistiques, DL 2011, 2011.
Lizé, Wenceslas, Delphine Naudier, et Séverine Sofio. *Les stratèges de la notoriété: Intermédiaires et consécration dans les univers artistiques*. Archives contemporaines, 2014.
Lloré, Elisa Ullauri. « Présentations et représentations des nouvelles esthétiques de la céramique ». *Techniques & Culture*, n° 64 (30 mai 2016): 230-33.
Marquet, Christophe. « Yanagi Sōetsu et l'invention des « arts populaires » : remise en perspective ». *Cipango. Cahiers d'études japonaises*, n° 16 (1 janvier 2009): 13-22. doi:10.4000/cipango.371.
« Médiation culturelle, la délicate quête d'une définition ». *Public(s), pratiques culturelles et espace(s) public(s)*, s. d. http://publics.hypotheses.org/.
Menger, Pierre-Michel. *Portrait de l'artiste en travailleur: métamorphoses du capitalisme*. Paris, France: Seuil, DL 2002, 2002.
Merleau-Ponty, Claire, Jean-Jacques Ezrati, et Élisabeth Caillet. *L'exposition, théorie et pratique*. Paris, France: l'Harmattan, 2006.
Molinié, Georges. *Dictionnaire de rhétorique*. Paris: Librairie générale française, 1997.
Montmollin, Daniel de. « Pour une réflexion sur le métier de potier ». *Revue de la céramique et du verre*, n° 120 (octobre 2001): 14-19.
Montoya, Nathalie. « Construction et circulation d'ethos politiques dans les dispositifs de médiation culturelle ». *Terrains & travaux*, n° 13 (s. d.): 119-35.
Morineau, Camille, et Lucia Peasapane. *Ceramix : De Rodin à Schütte*. Gent: Snoeck Ducaju & Zoon, 2015.
Morisset, Vanessa. « L'atelier de l'artiste contemporain (Dossier pédagogique) ». Centre Pompidou, Direction de l'action éducative et des publics, 2007.
Moscovici, Serge. *Social representations: explorations in social psychology*. New York, Etats-Unis d'Amérique: New York University Press, 2001.
Moulin, Raymonde. « Face à la mondialisation du marché de l'art: Paris est-il une ville globale ? » *Le Débat* 80, n° 3 (1994): 165. doi:10.3917/deba.080.0165.
———. « La genèse de la rareté artistique ». *Ethnologie française* 8, n° 2/3 (1978): 241-58.
———. *Le marché de l'art: mondialisation et nouvelles technologies*. Paris, France: Flammarion, DL 2009, 2009.
Moureau, Nathalie. « Quand les artistes s'exposent... » *Mouvements* no17, n° 4 (1 novembre 2001): 73-77.
Moureau, Nathalie, et Dominique Sagot-Duvauroux. « La nébuleuse des intermédiaires de l'art actuel ». In *Smartbe, L'artiste et ses intermédiaires*, 55-67. Mardaga, 2010, 2010. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00532820.
———. *Le marché de l'art contemporain*. Paris: La Découverte, 2006.
Moureau, Nathalie, Dominique Sagot-Duvauroux, et Marion Vidal. « Collectionneurs d'art contemporain : des acteurs méconnus de la vie artistique ». Département des études, de la prospective et des statistiques. Ministère de la culture et de la communication, 2015. http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-etudes-2007-2015/Collectionneurs-d-art-contemporain-des-acteurs-meconnus-de-la-vie-artistique-CE-2015-1.
Moussette, Marcel. « Archéologie et changements matériels (XVIIe-XIXe siècles) ». *Annales de Bretagne et des pays de l'Ouest* 95, n° 4 (1988): 369-77. doi:10.3406/abpo.1988.3299.

Navarro, Nicolas. « La patrimoine métamorphe, circulation et médiation du patrimoine urbain dans les villes et pays d'art et d'histoire : l'exemple des Villes d'art et d'histoire ». *http://www.theses.fr*, 12 novembre 2015. http://www.theses.fr/s51973.

« Ne parlons plus des amateurs | L'Atelier des icônes ». Consulté le 6 juin 2016. http://culturevisuelle.org/icones/2801.

O'Doherty, Brian, et Patricia Falguières. *White cube: l'espace de la galerie et son idéologie*. Zurich, Suisse: JRP Ringier, 2008.

Olivier de Sardan, Jean-Pierre. « La politique du terrain ». *Enquête. Archives de la revue Enquête*, n° 1 (1 octobre 1995): 71-109. doi:10.4000/enquete.263.

Paraiso, Sylvie, Dominique Sagot-Duvauroux, Véronique Balbo Bonneval, Philippe Henry, Colin Lemaître, et Olivier Tcherniak. « Quelles économies alternatives pour les arts et la culture ? » *L'Observatoire, la revue des politiques culturelles* Hors-série 4, n° 3 (1 janvier 2017): 39-40.

Paul Ardenne, et Miquel Barceló. « A propos de Paso Doble, présentation et extraits de la vidéo-performance ». In *Les actes de colloques en ligne du musée du quai Branly*. Musée du quai Branly (département de la recherche et de l'enseignement), 2009. http://actesbranly.revues.org/423.

Perrenoud, Marc, éd. *Travailler, produire, créer: entre l'art et le métier*. Paris, France: l'Harmattan, DL 2013, 2013.

Pesqueux, Yvon. « Capital social, réseau social », 2009. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00509673.

Pety, Dominique. « « Sémiologie de la pièce de collection » ». In *in Usages de l'objet: littérature, histoire, arts et techniques, XIXe-XXe siècles*, Colloque à l'université de Lausanne en octobre 2012.:193-206. Detours, 2014.

Pomian, Krzysztof. *Collectionneurs, amateurs et curieux: Paris, Venise, XVIe-XVIIIe siècle*. [Paris]: Gallimard, 1987.

Pomian, Krzysztof. *Des saintes reliques à l'art moderne: Venise - Chicago, XIIIe-XXe siècle*. Paris, France: Gallimard, 2003.

« Porcelaine de Limoges : le maire veut relancer l'inscription au patrimoine mondial de l'Unesco ». *France 3 Limousin*. Consulté le 26 février 2016. http://france3-regions.francetvinfo.fr/limousin/2014/09/25/porcelaine-de-limoges-le-maire-veut-relancer-l-inscription-au-patrimoine-mondial-de-l-unesco-558660.html.

Poulot, Dominique. *Musée et muséologie*. LA DECOUVERTE, 2010.

« Quelques réflexions de Claude Champy sur l'exposition Ceramix ». *La revue de la céramique et du verre*, n° 209 (Juillet-Aout 2016): 11.

Quemin, Alain. *Les stars de l'art contemporain: notoriété et consécration artistiques dans les arts visuels*. Paris, France: CNRS éditions, impr. 2013, 2013.

« Rapport d'activités CIté de la Céramique, Sèvres et Limoges 2014 », 2015.

Riché, Caroline, Marion Vidal, et Nathalie Moureau. « Les valeurs de consommation des grands collectionneurs d'art. Etude des représentations médiatiques ». *Management & Avenir*, n° 87 (25 octobre 2016): 35-54.

Riegl, Alois, Alois Riegl, Jacques Boulet, et Ecole d'architecture de Paris-Villemin. *Le culte moderne des monuments: sa nature, son origine*. Paris, France: Ecole d'Architecture Paris-Villemin], 1984.

Roueff, Olivier. « Les mécanismes de valorisation à l'épreuve des systèmes d'intermédiation ». *Les stratèges de la notoriété: Intermédiaires et consécration dans les univers artistiques*, 1 novembre 2014, 185-202.

« Sabine Pasdelou | Historienne de l'art et formatrice : art occidental et extrême-oriental, céramique, histoire du luxe, du design et des entreprises ». Consulté le 8 mars 2016. http://www.sabine-pasdelou.com/.

Sagot-Duvauroux, Dominique, et Nathalie Moureau. *Le marché de l'art contemporain*. La Découverte, 2010.

Sasaki, Ken-ichi, et Brigitte Rollet. « Le feeling, ou la faculté de sentir ». *Diogène* 233-34, n° 1 (2011): 30.

Schmitt, Jean-Marie, et Antonia Dubrulle. *Le marché de l'art*. 2ème édition. Les études. Paris, 2014.

Sigaut, François. *Comment « Homo » devint « faber »: comment l'outil fit l'homme*. Paris, France: CNRS éditions, impr. 2012, 2012.

Simondon, Gilbert. *L'invention dans les techniques: cours et conférences*. Édité par Jean-Yves Chateau. Paris, France: Éd. du Seuil, DL 2005, 2005.

Sinigaglia, Jérémy. « Jacques Ion, Spyros Franguiadakis, Pascal Viot, Militer aujourd'hui ». *Questions de communication*, n° 9 (30 juin 2006). https://questionsdecommunication.revues.org/7987.

Staudenmeyer, Pierre, et Anne Lajoix. *La céramique française des années 50*. Traduit par Charlotte Ellis. Paris, France: Norma éd, 2001.

Stoichita, Victor A., Emmanuel Grimaud, et Graham Jones. « Préambule ». *Ateliers d'anthropologie. Revue éditée par le Laboratoire d'ethnologie et de sociologie comparative*, n° 35 (10 juin 2011). doi:10.4000/ateliers.8838.

Stroobants, Marcelle. *Sociologie du travail*. Édité par François de Singly. Paris, France: A. Colin, 2014.

UNESCO. « Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel », 2003. http://www.unesco.org/culture/ich/fr/convention.

Velly, Ronan Le, Frédéric Goulet, et Alexandre Mallard. « Les connaissances dans le marché ». *Revue d'anthropologie des connaissances* 9, n° 1, n° 1 (2 mars 2015): 1-16.

Véronique, Brumm. « La Patrimonialisation de l'industrie du verre et du cristal. » *Culture & Musées*, (Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, 2003), 5, n° 1 (2005): 192-96.

Viatte, Germain. *8 artistes & la terre [Claude Champy, Bernard Dejonghe, Philippe Godderidge, Jacqueline Lerat, Michel Muraour, Setsuko Nagasawa, Daniel Pontoreau et Camille Virot]*. Banon: Argile, 2009.

Viatte, Germain, et Musée du quai Branly, éd. *L'esprit mingei au Japon:* Arles, France: Actes Sud, 2008.

XXIIIe biennale internationale création contemporaine et céramique, Vallauris 2014. Montreuil: LienArt Editions, 2014.

Index

A

Adrien Mihalache, 378
Ai Wei Wei, 138
Ai Weiwei, 143, 204
Alain Darbel, 264, 265
Alain Girel, 43, 49, 50, 53, 54, 102, 160, 163, 164, 165, 169, 221, 270, 272, 279
Alexander Calder, 177
Alexandre Brongniart, 171
Alexandre Dorner, 198
Alfred Gell, 71
Aline Favre, 165
Aloïs Riegl, 69
André Gunthert, 328
André Leroi-Gourhan, 24, 71, 94
André Malraux, 287
Andy Warhol, 130
Anne Jourdain, 23, 26, 33, 49, 50, 58, 71, 133, 146, 224, 244, 248, 250, 311
Anne Kaersjgaard, 271
Anouk Gressot, 298
Antoine de Vinck, 73
Antoine Hennion, 28, 283, 329
Aristote, 87
Arjun Appadurai, 417
Arnaud Esquerre, 387
Arnauld de l'Épine, 102, 341
Arthur Danto, 135
Artur Danto, 155
Aurélie Nemours, 177

B

Batiste Buob, 70, 72
Ben Lisa, 258
Benjamin Houessou, 381
Bernard Bachelier, 205, 206, 207, 210, 211, 212, 214, 216, 254, 311, 319, 340, 341, 343, 350, 351, 357
Bernard Courcoul, 341
Bernard Dejonghe, 80, 88, 89, 91, 93, 97, 99, 100, 103, 104, 308
Bernard Leach, 73, 100, 307
Bernard Palissy, 34
Bernard Rouget, 227
Bertrand Hervieu, 50
Beyer, 41
Boris Groys, 177, 199
Bouquillion Philippe, 312
Brancusi, 190
Brigitte Derlon, 327, 383, 386
Bruce Naman, 180
Bruno Estienne, 274
Bruno Latour, 28, 71, 95

C

Calder, 190
Camille Morineau, 109, 178, 194, 206, 207, 208
Camille Virot, 80, 88, 89, 91, 93, 97, 99, 100, 103, 104, 105, 161, 308
Carole Andréani, 117, 118, 150, 160, 204, 341
Caroline Frau, 91, 92
Cassat, 40
Céline Bagault, 121
Chagall, 40
Chantal Lafontant Vallotton, 360, 361
Charles Leadbeater, 329
Charlotte Guichard, 328, 362, 366, 369
Christian Brombenger, 332
Christian Metz, 334
Christo, 190
Clas Oldenburg, 131

Claude Champy, 80, 82, 84, 89, 91, 92, 93, 97, 99, 100, 103, 104, 163, 191, 204, 205, 208, 216, 253, 255, 308
Claude Grignon, 265
Colucci, 41
Coralie Gardet, 120

D

Damien Hirst, 138, 145
Daniel Buren, 130
Daniel Cerfaï, 406
Daniel de Montmollin, 54, 73, 161, 191, 246, 307, 317
Daniel Dewar et Grégory Gicquel, 109, 115, 116
Danièle Hervieu-Leger, 50
David Cushway, 113
Delphine Naudier, 104, 152, 280, 417
Denis Goudenhooft, 254, 255, 256, 308
Denise et Michel Meynet, 341
Derval Capron, 41
Dewey, 139, 140, 141
Dominique Pety, 335, 337, 338
Dominique Poulot, 220
Dominique Sagot-Duvauroux, 152, 180, 222, 252, 294
Dominique-Sagot-Duveaureaux, 227

E

Elmar Trendwalder, 109
Elmar Trenkwalder, 168, 174, 177, 195
Elsa Sahal, 144, 168, 195, 212, 218
Emanuel Ethis, 333
Emile Decoeur, 177, 258
Emile Lenoble, 258
Emile-Roger Lombertie, 68
Emmanuel Lazega, 344
Enrico Castellani, 179
Ernest Chapelet, 74
Erving Goffman, 29
Ettore Sottsass, 177, 206
Eva Hesse, 180

F

Fanchon Deflaux, 181
Flichy Patrice, 312
Flora Bajard, 23, 26, 31, 35, 36, 47, 48, 49, 50, 53, 59, 61, 78, 109, 120, 135, 146, 156, 159, 205, 214, 223, 229, 232, 241, 310, 311
Florence Andreacola, 314
France Franck, 396
Francine Delpierre, 41
Franck Nievergelt, 361, 362
François Hartog, 62
François Mathey, 163, 164, 190
François Sigaut, 94, 95
Françoise Benhamou, 252
Françoise Gichon, 162
François-Xavier Lalanne, 177
Frédéric Bodet, 127, 140, 157, 158, 169, 175, 178, 184, 193, 241, 247, 248, 257, 258, 259, 260, 273, 276, 277, 323, 341, 356

G

Gauguin, 74, 102, 103, 195, 202
George Jouve, 258
Georges Dickie, 135
Georges Henri Rivière, 101
Georges Moulinier, 87
Georges Schadron, 220
Gérard Lenclud, 309
Germain Viatte, 38, 89, 90, 308
Gertrude et Michael Stein, 378
Gilbert Portanier, 163
Gilbert Simondon, 71, 95
Giselle Buthot Garçon, 266
Giuseppe Penonne, 179
Glenn Adamson, 113
Grayson Perry, 109, 126, 129, 195

H

Heinrich Angst, 360, 361, 362
Henri Simmen, 258
Henry J. Reynaud, 186
Herbert Simon, 392

Howard Becker, 24, 109, 134, 135, 139, 149, 154, 197, 329

I

I-Chi Hsu, 187
Isabelle Reiher, 162

J

Jack Lang, 287
Jacqueline Lerat, 89, 91, 93, 97, 99, 100, 103, 104, 190, 214, 308
Jacques Duhamel, 287
Jacques Hainard, 201
Jacques Ion, 332, 333
Jacques-Philippe Leyens, 220
Jaume Plensa, 177
Javier Pérez, 305
Jean Arp, 177
Jean Baudrillard, 63, 335, 336, 383
Jean Claude Passeron, 265
Jean Davallon, 0, 34, 48, 65, 91, 169, 188, 189, 199, 200, 285, 296, 305, 309, 325, 361
Jean François Brouillard, 350
Jean François Fouilhoux, 204
Jean Girel, 21, 34, 36, 37, 40, 41, 43, 73, 76, 80, 82, 84, 103, 105, 146, 191, 258, 259, 308, 373
Jean Paul Azaïs, 373
Jeanne Grandpierre, 160, 270
Jeff Koons, 138, 139, 140, 145, 197
Jérôme Duvillard, 270
Joan Miró, 108
Joëlle Le Marec, 173, 176, 212
Johan Creten, 109, 111, 112, 124, 132, 144, 168, 174, 177, 195, 208, 253, 260, 399
John Coltrane, 99
Josef Nadj, 123
Jouve, 41
Jules Ziegler, 37
Julia, 190
Julie Desprairies, 174

K

Ken-Ichi Sasaki, 98
Ken-ici Sasaki, 98
Kim Yeun-Kyung, 191
Kim Yik-Yung, 191
Kristin Mckirdy, 174, 204, 275
Krzysztof Pomian, 64, 334, 338, 385

L

Laurent Fleury, 287
Lerat, 41
Lewis Binford, 27
Louise Bourgois, 177
Louise Hindsgavl, 109, 117, 118
Luc Boltanski, 387
Lucia Pesapane, 194
Lucie Pesapane, 109
Lucio Fontana, 108, 179
Luis de Voulemorand, 397

M

Marc Perrenaud, 120
Marc Perrenoud, 51, 53, 156, 223, 225, 228
Marc Uzan, 293
Marcel Duchamp, 82, 197
Marcel Mauss, 72
Marcel Moussette, 27
Marc-Olivier Gonseth, 197, 198
Marie Lund, 106
Marie-Christine Bordeaux, 286, 287
Marie-Sylvie Poli, 313
Mario Prassinos, 177
Martine Crochet, 160
Marx
Karl Marx, 335, 336, 389, 390
Matisse, 40
Matthews Jacob, 312
Maud Gauchet-Lopez, 313
Maude Grillet, 266, 292, 293, 294, 342
Maurice Gensoli, 177
Michel de Certeau, 71, 117, 331
Michel Delmotte, 164

Michel Hoog, 40
Michel Muraour, 89, 91, 93, 97, 99, 100, 103, 104, 308
Michel Stievenart, 49
Mickael Jackson, 138
Miles Davis, 99
Mona Hatoum, 141, 142
Monique Jeudy Ballini, 327
Murakami, 138, 140
Myriam Mechta, 177

N

Nanny Champy, 159, 230, 231, 232, 236, 237, 239, 242, 243, 257, 274
Nathalie Darène, 73, 74
Nathalie Heinich, 45, 47, 62, 81, 86, 115, 126, 136, 194, 247, 248, 251, 253, 309, 383
Nathalie Moreau, 152
Nathalie Moureau, 152, 180, 222, 229, 252, 294
Nathalie Talec, 177
Nestor Perkal, 166
Nicolas Frize, 174
Nicolas Navarro, 300, 301, 305, 306
Nicole Giroud, 177
Niels Bohr, 418
Nigel Atkins, 257, 258, 387, 388

O

Odile Van Bay, 252, 261, 265, 266
Olivier Donat, 331
Olivier Roueff, 104, 152, 153, 249, 280

P

Pablo Picasso, 43, 82, 103, 177
Pascale Ezan, 373
Patrick Corillon, 304
Paul Ardenne, 124
Paul Miller, 329
Paul Rouillé, 348
Philip Elgin, 211
Philippe Godderidge, 80, 89, 91, 93, 97, 99, 100, 103, 104, 308
Piero Manzoni, 179
Pierre Alechinsky, 40
Pierre Bayle, 163, 164, 165, 191, 258, 271
Pierre Bourdieu, 49, 119, 222, 224, 264, 265
Pierre Dutertre, 160
Pierre Marie Giraud, 259
Pierre Soulages, 177, 315
Pierre Staudenmeyer, 41, 275
Pierre-Michel Menger, 229
Portanier, 41

R

Raymond Guidot, 167
Raymonde Moulin, 171, 185, 226, 236, 280, 321
Razmig Keucheyan, 418
René Ben-Lisa, 191
Renoir, 40
Richard Sennett, 71
Robert Deblander, 6, 88
Roland Barthes, 98, 336
Rolande Bonnain-Dulon, 272, 273
Russel Belk, 335

S

Sabine Pasdelou, 100, 101
Sabine Pasdeloup, 23, 311
Salvador Dali, 82
Sarkis, 180
Serge Chaumier, 189, 196, 197, 285
Serge et Brigitte Triboullois, 266
Serge Nicole, 60, 182, 183
Setsuko Nagasawa, 89, 91, 93, 97, 99, 100, 103, 104, 308
Shozo Michikawa, 341
Soetsu Yanagi, 38
Suzanne et Georges Ramié, 103
Suzanne Ramié, 41
Sylvia Girel, 0, 122, 135, 164, 256, 285
Sylvie Girard, 310
Sylvie Pflieger, 227

T

Takashi Murakami, 138
Tapiés, 190
Tapiès, Barcelo, 108
Théodore Deck, 37
Thierry Bonnot, 23, 26, 35, 338
Thierry Hay, 203
Thomas Schütte, 194, 219

V

Valérie Delarue, 109, 122, 123
Valérie Hermans, 258
Véronique Brumm, 65
Victor Stoichita, 71
Vidal Geneviève, 312
Vincent Yzerbyt, 220
Vlamink, 202
Voulkos, 39

W

Walter Benjamin, 336

X

Xavier Geffre, 69

Y

Yanagi, 39, 101
Yee Sookyung, 211
Yves Klein, 179

Table des matières

Remerciements 2
Sommaire 4
INTRODUCTION GÉNÉRALE 6
PREMIÈRE PARTIE 17
Ethnographie de la céramique : construire une culture de métier et d'art 17
Chapitre I : Construction de la valeur artistique et patrimoniale de la céramique 21
1. De la sociogenèse d'un mythe à l'objet de recherche en sciences sociales 22
1.1 La céramique comme objet d'étude : de la chose au fait social 24
2. De la tradition potière à l'émergence de la céramique d'art 31
2.1 La transition vers une reconnaissance artistique 37
2.2 La céramique des peintres majeurs : « transposer un art sur un autre » 41
2.3 La libération de la céramique en France 42
3. L'aventure de l'artification de la céramique 46
3.1 Artification et patrimonialisation inachevées ? 59
4. La valeur patrimoniale du savoir-faire artistique 62
4.1 Valeur patrimoniale : entre rupture partielle et continuité 65
4.2 Patrimonialisation de la porcelaine de Limoges : échec d'une stratégie territorialisée 67
4.3 La technique, une valeur patrimoniale gratifiante 70
4.4 Le savoir-faire : de l'obsession au secret 74
4.5 Transmettre ou préserver le secret ? Une querelle professionnelle 77
Conclusion : Structures d'une identité artistique 80
Chapitre II : L'art de la céramique contemporaine : ponts et frontières 81
1. Le métier comme champ de bataille 82
1.1 Croiser et renouveler les conventions 86
2. Construire une rhétorique spécifique pour la céramique 87
2.1 « Être céramiste ou être artiste ? Une question rhétorique 88
2.2 Le dialogue entre les matières : une rhétorique de l'ouverture 90
2.3 De la maîtrise à l'accident : une rhétorique de la liberté technique 93
2.4 Faire et sentir : une rhétorique du « feeling » 98
2.5 Le voyage céramique : rhétorique de l'hétérotopie 101
Conclusion : Vers une double reconnaissance des artistes céramistes 108

Chapitre III : Céramique d'art contemporain : l'éloge d'une céramique libre 109
1. Choisir la terre pour combattre les hiérarchies 110
1.1 Exploiter le potentiel « contemporain » de la matière 112
2. Le jeu sémantique avec la matière 116
3. Un deuxième « retour aux sources » ? 120
4. Croiser les langages, relancer les débats 123
4.1 L'empreinte du contexte 127
4.2 Exposer l'atelier du céramiste : une stratégie de contestation ? 130
5. Artistes d'art contemporain et la terre : une céramique en dehors des marges 139
Conclusion : Céramique et art contemporain : renverser les paradigmes 145
CONCLUSION PREMIÈRE PARTIE : Construire un monde de l'art entre culture de métier et son innovation : croisements et tensions 147
DEUXIÈME PARTIE 150
Le système d'intermédiation de la céramique 150
Chapitre I : Les espaces de la publicisation de la céramique 153
1. Vers la construction d'un système d'intermédiation 154
1.1 Apprendre et transmettre le métier et son identité culturelle 158
1.2 Des rencontres professionnelles aux lieux de création 161
2. Des institutions muséales aux lieux spécialisés 172
2.1 Entrer dans une collection pour construire sa notoriété 179
2.2 Les rendez-vous internationaux : une visibilité limitée 182
3. L'exposition : fabrique de discours et de valeurs 190
3.1 Exposer la céramique pour la défendre 192
3.2 L'exposition de céramique contemporaine : le ring où s'affrontent les stéréotypes 194
3.3 Ceramix, un dispositif de narration 198
3.4 L'exposition à l'œuvre et les effets d'une rupture partielle 201
3.5 Ceramix dans la presse 203
3.6 Collectionneurs et experts à Ceramix 209
3.7 Rencontre avec un visiteur néophyte à Ceramix 218
3.8 Ceramix à l'épreuve des stéréotypes 221
Conclusion : La céramique à l'épreuve de la notoriété 223
Chapitre II : Marchés de la céramique vs marchés de l'art 224
1. Marchés et espaces intermédiaires : construire la valeur 225
1.1 Le marché de la céramique à l'épreuve du marché de l'art 228

2. Le marché potier et la transmission de l'identité collective 231
2.1 De l'atelier à la diversification : assumer son ambivalence 246
3. De la galerie d'art à la galerie de céramique 254
3.1 Les galeries de céramique : entre précarité et persévérance 256
3.2 La galerie de céramique : vitrine des difficultés du milieu 263
4. Les ventes aux enchères et le deuxième marché 272
5. Un marché pluriel, instable et paradoxal 276

Conclusion : Un marché précaire mais fort de ses singularités 281

CONCLUSION DEUXIEME PARTIE : De l'instabilité du système d'intermédiation à la négociation idéologique 282

TROISIÈME PARTIE 284

Médiations et céramophilie : représentations d'une passion engagée 284

Chapitre I : Médiations de la céramique 287
1. Médiations de la céramique : Vers un nouveau paradigme ? 288
1.1 Médiations en marchés : entre médiatisation et réflexivité 292
1.2 Médiations transverses : démocratiser la culture céramique 299
1.3 Médiations du patrimoine céramique 302
1.4 La médiation par l'écriture : écrire l'attachement et la technique 310
1.5 Les écritures innovantes et la médiation numérique de la céramique 315
1.6 Les médiations interpersonnelles des objets 322

Conclusion : La médiation culturelle de la céramique : sa valeur médiane 329

Chapitre II : Collectionneurs, amateurs : enquête au cœur de la céramophilie 330
1. Vers une définition théorique de l'amateur, la collection et la céramophilie 331
1.1 De l'amateur au « Pro-Am » 332
1.2 Céramophilie et passion 336
1.3 Manières d'être et de faire collection 337
2. Observer la « céramophilie » : profils et réalités 342
2.1 Un petit monde de passionnés et de relations fortes 345
2.2 Freins et motivations à l'adhésion : une histoire d'intérêts 348
2.3 Collectionneurs de céramique et d'art contemporain 355
2.4 Les moyens financiers des collectionneurs 358
2.5 Environnement temporel et social de la pratique 366
3. Éthiques et esthétiques de la possession : les univers de la collection 370
3.1 Le paradoxe de la reconnaissance 379
3.2 Stratégies de « l'œil » et de la passion 381

4. Vers une définition de la céramophilie par les céramophiles 386
4.1 La collection : une histoire d'amour irrationnelle 386
4.2 Qualifications de l'œil expert : la collection est une méthode 393
4.3 Sentir ou savoir ? Une question de « rationalité limitée » 395
4.4 Les raisons de la *céramophilie* 399
4.5 S'engager individuel et collectivement pour la terre 405

Conclusion : Porter un monde de l'art par l'attachement 411

CONCLUSION TROISIÈME PARTIE : Fabriquer les représentations et l'attachement d'un monde de l'art pour le faire exister 413

CONCLUSION GÉNÉRALE 415

Bibliographie 424

Index 434

Table des matières 439

Liste des figures 443

Liste des figures

. **Graphique 1 :** Moments marquants de l'histoire de la céramique 18
. **Graphique 2 :** Carte territoires de la céramique, France 31
. **Image :** Picasso 42
. **Tableau 1 :** Opérateurs de l'artification 56
. **Image :** Ernst Chaplet 73
. **Images :** Champy et Girel 83
. **Image :** Bernard Dejonghe 89
. **Image :** Creten 111
. **Image :** Dewar et Gicquel 114
. **Image :** Louise Hindsgavl 117
. **Image :** Valérie Delarue 122
. **Image :** Gustavo Pérez 125
. **Image :** Grayson Perry 126
. **Image :** Atelier Grayson Perry 129
. **Image :** Atelier Creten 131
. **Image :** Mona Hatoum 141
. **Image :** Ai WeiWei 142
. **Graphique 3 :** Objectifs Cirec et Cirva 162
. **Image :** Nicolas Frize et Julie Desprairies, Cité de la céramique 173
. **Image ;** Lucio Fontana au Center Pompidou 179
. **Image :** Circuit céramique 2010 191
. **Image :** Socle polystyrène Exposition Ceramix 199
. **Image :** Visiteurs à l'exposition Ceramix, la Maison Rouge 202
. **Image.** Visite de l'exposition Ceramix avec les membres du Club 208
. **Graphique 4 :** Lieux d'achat – Questionnaire 243
. **Image :** Vente aux enchères Alain Girel 269
. **Image :** Activités dans un marché potier 288
. **Image :** Grands feux de la Borne 289
. **Image :** Café céramique 291
. **Image :** Le patrimoine céramique en ville 299
. **Image :** La céramique à Limoges 301
. **Image :** Application Cité de la céramique 314
. **Image :** Amateurs touchant les œuvres 320
. **Graphique 5 :** Carte collectionneurs France 352
. **Graphique 6 :** Revenus collectionneurs – Questionnaire 2014 356
. **Graphique 7 :** Qualifications collectionneurs 357
. **Tableau 2 :** Niveau de qualification (diplômes) 358
. **Tableau 3 :** Activités professionnelles 358

Cette thèse vise à mettre en lumière le déplacement des frontières artistiques à travers le cas de la céramique contemporaine, un monde périphérique parmi la nébuleuse des mondes de l'art. Au-delà de la rupture classique entre les modèles de l'art et de l'artisanat, cette recherche analyse comment s'édifie un monde avec une identité artistique et culturelle forte et dans lequel, les amateurs jouent un rôle significatif. De la cohabitation de deux versants — le régime patrimonial et le paradigme de l'art contemporain — résulte une relative marginalité : d'un côté se trouve la faible reconnaissance de la céramique au sein de la scène artistique contemporaine (et de ses marchés) et de l'autre, l'attachement artistique des acteurs sociaux (céramistes, amateurs, collectionneurs, professionnels) ainsi qu'une double appartenance affirmée comme une valeur. Partant d'une enquête réalisée auprès des amateurs de céramique, nous analysons les discours de la céramophilie et les enjeux de la dimension affective de l'engagement et l'engagement artistiques sur les orientations de la céramique et le renouvellement de son système de significations. C'est à partir d'un état des lieux organisationnel, professionnel et symbolique, que nous étudions les basculements axiologiques opérés par le processus d'artification. Les espaces où se structurent les valeurs esthétiques et marchandes des objets (marchés potiers, galeries, musées, salons, etc.) mettent en évidence une économie artistique instable, mais constante. Au sein de la médiation — comme le territoire où se préfigurent les représentations — se formule un monde régi par une forte proximité humaine plutôt que par les relations institutionnelles.

Cette thèse aspire à montrer ainsi comment, malgré les multiples tensions présentes au sein de ce monde de l'art, celui-ci existe grâce aux valeurs différentielles entre l'art contemporain et l'artisanat d'art. Et que sa difficulté à (se) définir en art contemporain est traversée par l'existence même de ces paradoxes, lesquels s'inscrivent dans la pluralité des pratiques et dans l'instabilité des ambitions des acteurs. C'est alors que ces contradictions cohabitent au cœur de l'identité collective d'une communauté artistique, et s'affirment par l'attachement des amateurs et « céramophiles ».