



HAL
open science

Les relations entre les musées d'ethnographie et les marchés de l'art africain et océanien en France, en Suisse et en Belgique: construire la valeur et s'appropriier l'altérité

Audrey Doyen

► **To cite this version:**

Audrey Doyen. Les relations entre les musées d'ethnographie et les marchés de l'art africain et océanien en France, en Suisse et en Belgique: construire la valeur et s'appropriier l'altérité. Héritage culturel et muséologie. Université Sorbonne Paris Cité; Université de Neuchâtel (Neuchâtel, Suisse), 2018. Français. NNT: 2018USPCA099 . tel-02172258

HAL Id: tel-02172258

<https://theses.hal.science/tel-02172258>

Submitted on 3 Jul 2019

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.

Thèse réalisée en cotutelle entre
L'Université Sorbonne Paris Cité / Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3 (F)
Ecole doctorale 267 « Arts et Médias »
Centre de recherche sur les liens Sociaux (CERLIS)

&

L'Université de Neuchâtel (CH)
Institut d'ethnologie

**Les relations entre les musées d'ethnographie et les marchés de l'art
africain et océanien en France, en Suisse et en Belgique : construire la
valeur et s'approprier l'altérité**

Vol. 1 : texte

Présentée pour l'obtention du titre de Docteur en Sciences de l'information et de la
communication – Muséologie de l'Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3
&
du titre de Docteur en Sciences humaines – Discipline : ethnologie de l'Université de
Neuchâtel

Par Audrey Doyen

Sous la direction du Professeur Christian Ghasarian (Université de Neuchâtel, Suisse) et
du Professeur François Mairesse (Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3)

Le 29 novembre 2018

Jury :

Karen Brown, Maîtresse de conférence, Université de St-Andrews
Octave Debary, Professeur des Universités, Université Paris Descartes
Christian Ghasarian, professeur, Université de Neuchâtel
Pierre de Maret, Professeur émérite, Université libre de Bruxelles
François Mairesse, Professeur des Universités, Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3

Thèse effectuée avec le soutien du Fonds national suisse pour la recherche scientifique et
du Labex ICCA (Industries culturelles et création artistique)

Les relations entre les musées d'ethnographie et les marchés de l'art africain et océanien en France, en Suisse et en Belgique : construire la valeur et s'appropriier l'altérité

Résumé

Cette recherche interroge le champ des objets ethnographiques au prisme de leur circulation entre deux médiateurs situés entre leur production et leur réception : les musées d'ethnographie et les marchés de l'art. Aucune recherche scientifique ne s'est jusqu'à maintenant penchée en profondeur sur les relations entretenues entre ces deux intermédiaires dans le champ de l'art africain et océanien, si ce n'est pour décrire ou critiquer le cas précis de la fondation du Musée du quai Branly-Jacques Chirac.

Mobilisant l'anthropologie et la muséologie, ma recherche est basée sur un travail de terrain intensif auprès des galeries, des maisons de ventes aux enchères et des musées en Suisse, en France et en Belgique entre 20013 et 2017. L'analyse, fondamentalement compréhensive, montre les enjeux territoriaux à l'œuvre et souligne l'impact d'une montée de l'événementiel tant du côté des musées que des marchés. Ma recherche dresse un portrait du marché, de son fonctionnement et de ses hiérarchies à l'heure actuelle et propose une typologie des différentes relations et acteurs afin de comprendre le processus de fixation de la valeur des objets. Sur un marché où domine la spéculation et une grande part d'arbitraire, je montre que cette valeur est intimement liée à la maîtrise de l'information. Finalement, l'analyse met en évidence les « prêts-à-penser » et processus développés par l'entier des acteurs du champ pour rationaliser une partie de ces pratiques spéculatives. J'espère souligner dans cette recherche les formes nouvelles de production, d'appropriation, de consommation et de valorisation de l'altérité par notre société aujourd'hui.

Mots-clés : musées d'ethnographie, marchés de l'art, anthropologie, muséologie, galeries, maisons de ventes aux enchères, art africain, art océanien, art premier, valeur.

Relations between ethnographic museums and African and Oceanic art markets in France, Switzerland and Belgium: building value(s) and appropriating otherness.

Abstract

This PhD thesis presents the valuation of ethnographic object through the prism of their circulation between two stakeholders: art markets and ethnographic museums. No scientific research has so far looked in depth at the relation between this two actors in the tribal art's field, except to describe or criticise the specific case of the Musée du quai Branly-Jacques Chirac's foundation.

My research mobilising anthropology and museology is based on intensive fieldwork with galleries, auction houses and museums in Switzerland, France and Belgium between 2013 and 2017. The comprehensive analysis shows the territorial issues between this different stakeholders and highlights the increase in events both in museums and markets. My research also draws a portrait of the market, its functioning and its hierarchies and proposes a typology of the different relations and actors. The main objective was to understand the process of fixing an object's value. In a market dominated by speculation and a lot of arbitrariness, I highlight that this value is intrinsically linked to the control of information. Finally, the analysis shows the « how-to-think » and processes developed by all the actors in the field to rationalise some of these speculative practices. I hope I have emphasised in this work the new forms of production, appropriation, consumption and the valorisation of otherness by our society today.

Keywords: ethnographic museum, art market, museology, anthropology, gallerie, auction house, african art, oceanic art, tribal art, value.

Remerciements

Ami lecteur, ne t'attarde pas trop sur ces pages, car elles seront longues.

Ce travail de thèse est le fruit, bien plus que du travail solitaire et isolé que mes collègues m'avaient vendu, d'un travail collectif de longue haleine ayant impliqué un nombre conséquent de personnes à plus ou moins large échelle. Davantage qu'à de simples remerciements, la liste qui va suivre s'apparente plutôt à un générique riche, dont la bibliographie en fin d'ouvrage n'est qu'une partie.

Avant toute chose, j'aimerais exprimer mes remerciements à mes directeurs de recherche : **François Mairesse** et **Christian Ghasarian** ont su m'aiguiller vers les sentiers prometteurs et me détourner des chemins de traverse.

Je remercie aussi sincèrement les membres de mon jury qui m'ont fait l'honneur de leur lecture et de leurs corrections. La majorité ayant croisé ma route bien avant la soutenance, ils ne seront pas étonnés de trouver leur nom dans les paragraphes qui suivent.

De nombreuses institutions ont participé de près ou de loin, par l'entremise d'un grand nombre de leurs collaborateurs, à l'aboutissement de cette recherche. Qu'il me soit ici permis de leur exprimer une gratitude sans borne et une dette que j'espère en partie réglée par le soin, l'application et le respect avec lequel j'ai traité et analysé les informations qu'ils m'ont données, pris note de leurs conseils, écouté leurs histoires. Vous citer tous ici sera fastidieux, mais mérité et j'aimerais remercier les personnes qui composent et font exister ces institutions :

À l'Institut d'ethnologie de Neuchâtel, nid où ont éclos mes ambitions, **Octave Debary** a cru dans mes compétences à entamer un projet de recherche, les assistants ont partagé mes peines de jeune professeure et les étudiants ont eu l'élégance de ne pas les remarquer. Qu'**Andrea Jacot-Descombes** sache ici qu'il a été un incroyable appui et un modèle tant scientifique qu'humain, me rappelant que l'excellence n'est pas dans la performance et que s'il existe une jungle scientifique autour de nous, il n'appartient qu'à nous d'en faire un jardin serein ;

Le Musée d'ethnographie de Neuchâtel est un habitué des remerciements de mes travaux, cela grâce à son conservateur durant mes années de recherche, **Marc-Olivier Gonseth**. Je mesure à chaque fois la chance qui m'a été donnée de travailler avec lui et le remercie pour la formation professionnelle exceptionnelle qu'il m'a dispensée. Chacun de ses collaborateurs est une pièce du puzzle de ma recherche ;

Pour leurs portes toujours ouvertes, leurs conseils avisés et leur temps précieux consacré à mes questions (parfois réellement !) naïves, ma reconnaissance va au personnel du **Musée du quai Branly-Jacques Chirac**

et du **Musée du Cinquantenaire**, aux chercheurs et aux collaborateurs du **Musée de l'Homme** ;

À Paris, le Laboratoire d'anthropologie sociale du Collège de France a hébergé mes premiers pas de chercheuse mobile. **Brigitte Derlon** et **Monique Jeudy-Ballini** ont accueilli mon arrivée à Paris avec un soutien et une humanité que je croyais une légende dans le monde académique ;

À Bruxelles, le **Musée royal de l'Afrique centrale**, par l'entremise d'**Els Cornelissen** et de **Julien Volper**, a hébergé une grande partie de la recherche et de la rédaction de ce travail. Qu'ils soient remerciés pour leur hospitalité, malgré un contexte de profondes transformations – tant de leur côté que du mien. Merci d'avoir accepté que je mette mon nez partout, voire de m'y avoir encouragée.

Aux experts qu'il m'a été permis d'approcher, de questionner, voire avec qui j'ai pu dialoguer, qu'ils soient chercheurs, amateurs ou professionnels. Mes pensées vont particulièrement à **Jean Hubert Martin**, **Nathalie Heinich**, **Pierre de Maret** et **Louis de Strycker**. Vos encouragements ont détruit les doutes nocifs et fait naître les doutes fructueux.

L'ambition de ce travail a parfois nécessité quelques incursions dans des disciplines à l'allure hostile. Je remercie les personnes qui m'ont servi de guides et qui m'ont intronisée à leur domaine, en histoire de l'art, en économie ou en cartographie.

Sans eux, ce travail ne serait rien : **Helena Heukeshoven** m'a introduite, un jour de septembre 2013, à tous les galeristes présents au *Parcours des Mondes* de Paris. Elle a ainsi, sans le savoir, lancé mon premier grand terrain ethnographique. **A tous les galeristes, collaborateurs de maisons de ventes, directeurs de départements, marchands à la sauvette, collectionneurs...** qu'ils désirent rester anonymes ou non, qui m'ont accueillie, qui m'ont parlé de leur travail, voire de leur passion, qui m'ont ouvert leurs fonds et leurs bibliothèques, qui se sont intéressés à ma recherche et qui y ont même parfois cru, sachez que je mesure à leur juste valeur – et vous m'en avez enseigné toute la difficulté – le temps, l'aide et les connaissances que vous avez mis à ma disposition.

En coulisses, de nombreuses personnes ont guidé ou accompagné mes pas : du côté helvétique, qu'**Alain Crettaz** sache que malgré les voies différentes que nos vies ont prises, il aura été un soutien incroyable. **Laure Rotzetter**, **Molly Reid** et **Elodie Paupe** ne mesureront jamais à quel point leur présence souvent immatérielle et cependant toujours réelle a porté mes espoirs, désamorcé les crises et offert le recul et l'humilité nécessaires à un travail de recherche. À Paris et à Bruxelles, **Dorian Hernandez**, **Anabelle Pouydesseau**, **Tristan Saunier** et **Jane Wojtkowiak** m'ont offert leur amitié dans une cohabitation bienveillante. Qui a un jour habité avec un thésard sait à quel point ce don est précieux ;

Cindy Lebat et **Lina Uzlyte**, merci d'avoir cru en Mêtis et d'avoir embarqué avec moi dans une aventure à côté de laquelle la thèse semble n'être qu'un jeu d'enfant.

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

À **Thibaud**, pour avoir su devenir le navigateur de la barque, quand celle-ci tanguait trop, et pour m'avoir enseigné l'art d'esquiver et d'encaisser les coups.

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

Merci.

Table des matières

INTRODUCTION	21
PRÉAMBULE SÉMANTIQUE : « THAT DAMNED WORD ».....	27
Un objet protéiforme	27
Un objet polysémique	29
PREMIÈRE PARTIE	37
CHAPITRE 1 : ÉTAT DE L'ART ET PROBLÉMATIQUE	39
1.1 ÉTAT DE LA RECHERCHE ET CADRE CONCEPTUEL.....	39
1.1.1 Les premiers développements de la recherche et les thématiques phares autour de l'objet ethnographique	40
L'art est-il universel ?	40
De l'art ou de l'artisanat : la prééminence de la forme et des techniques	43
Art par réception et art par production : la place de la médiation	45
L'importance du musée d'ethnographie pour l'ethnologie. Ou l'inverse ?.....	47
Bilan : l'artification	51
1.1.2 L'appropriation de l'altérité au travers du dispositif	51
Si l'art est un langage, l'exposition est-elle un message ?	52
L'exposition comme mode d'appropriation de l'altérité	58
1.1.3 La circulation des objets et leurs échanges : générateurs de sens et de valeur(s).....	62
Appréhender la valeur de l'objet au prisme de sa circulation : le rôle du marché ..	67
Appréhender la valeur de l'objet au prisme de son immobilisation : l'économie au musée.....	70
1.2 PROBLÉMATIQUE	73
1.3 CADRE DISCIPLINAIRE	77
1.3.1 La socio-anthropologie de l'art	77
1.3.2 La muséologie	85
1.3.3 La fiction, au carrefour des perspectives.....	90
CHAPITRE 2 : HISTORIQUE	95
2.1 LES PRÉMICES : DE L'ARRIVÉE DE L'OBJET À LA PREMIÈRE VENTE	96
2.1.1 Les expositions universelles : à la source du marché et du musée.....	97
2.1.2 La structuration du marché : l'influence de l'art oriental et de l'archéologie	100
2.2 À PARTIR DES ANNÉES 20 : UN INTÉRÊT REDOUBLÉ	102
2.2.1 La documentation des pièces : l'essor des ventes aux enchères	102
2.2.2 Le développement des musées d'ethnographie	105
L'accroissement des collections par les expéditions et collectes.....	105
Des musées face aux choix scientifiques, pédagogiques et artistiques	113
La relation entre les musées d'ethnographie et l'ethnologie dans les années trente	125
2.2.3 Les galeristes, des figures mythiques	127
Paul Guillaume et Charles Ratton : les « innovateurs-découvreurs »	128

L'art moderne, terreau de la reconnaissance ?.....	131
2.2.4 Bilan : les relations entre les musées et les marchands dans l'entre-deux-guerres	133
2.3 L'APRÈS SECONDE GUERRE MONDIALE	137
2.3.1 Les rapports entre Europe et États-Unis.....	138
Les mouvements entre États-Unis et France	138
Un modèle muséal français <i>versus</i> un modèle américain ?	141
2.3.2 Reconfiguration du paysage juridique et institutionnel.....	145
Les musées d'ethnographie	145
La protection des biens culturels	150
2.3.3 Bilan : les relations entre les marchés et les musées après la Seconde Guerre mondiale	161
2.4 DE QUELQUES POINTS SAILLANTS	161
2.4.1 La construction d'un récit mythique	162
2.4.2 Les liens avec les autres formes artistiques.....	164
2.4.3 Le début d'une fracture entre les musées et les universités	166
CHAPITRE 3 : SITUATION ACTUELLE, ÉCHANTILLON DE RECHERCHE ET ENQUÊTE ..	167
3.1 LES MUSÉES D'ETHNOGRAPHIE ET LES MARCHÉS D'ART AFRICAIN ET OCÉANIEN, DES ANNÉES 80 À AUJOURD'HUI	167
3.1.1 La crise du musée d'ethnographie : destructions, rénovations, fondations ..	168
3.1.2 Le Musée du quai Branly-Jacques Chirac et le Pavillon des Sessions du Louvre.....	170
3.1.3 L'inflation du marché.....	180
3.1.4 Bilan : les relations entre les musées et les marchés entre 1980 et 2006.....	181
3.2 L'ÉCHANTILLON DE RECHERCHE	184
3.2.1 Temporalité et espace de la recherche	185
3.2.2 Acteurs et échantillonnage	187
Les musées	188
Les galeries	189
Les maisons de ventes aux enchères.....	190
Autres acteurs	191
3.3 L'ENQUÊTE	192
3.3.1 Production des données	196
Observation et observation participante	196
Les entretiens.....	202
Les sources écrites	204
3.3.2 Traitement des données.....	205
Les histoires.....	205
Les chiffres	207
Les images	208
3.3.3 Posture de recherche.....	209
Entre rapports d'enquête et rapports professionnels.....	210
Un sujet sensible	213
Intégrer les spécificités de la situation d'enquête	220

SECONDE PARTIE	225
CHAPITRE 4 : CARACTÉRISTIQUES D'UNE CARTOGRAPHIE	227
4.1 LES LIEUX : ENJEUX TERRITORIAUX.....	227
4.1.1 Paris – New York : une course serrée	228
Paris, la cheffe de file	228
Des spécificités françaises.....	234
4.1.2 Paris – Bruxelles : entre concurrence et émulation	236
Les enchères à Paris, les marchands à Bruxelles ?	237
Proximité entre villes, proximité dans les villes	238
4.2 STRUCTURE DU MARCHÉ DE L'ART AFRICAIN ET OCÉANIEN	241
4.2.1 Les acteurs des marchés de l'art africain et océanien.....	242
Le galeriste : construire une identité professionnelle	243
Commissaires-priseurs et maisons de ventes	253
Perméabilité des frontières.....	256
4.2.2 Segments de marchés.....	258
Le marché moyen et le discours de la crise.....	259
Une modification des collectionneurs.....	262
L' <i>upper market</i> et le discours de la sélection	268
4.2.3 Bilan : fonctionnements actuels et développements futurs	271
Système de hiérarchisation des acteurs.....	272
En route vers d'autres horizons	279
L'arrivée de l'Internet.....	281
4.3 L'AVÈNEMENT DE L'ÉVÉNEMENTIEL	283
4.3.1 Les galeristes et les foires	284
Les foires spécialisées : Bruneaf, Parcours des Mondes, Paris Tribal et Thema.....	285
Les foires généralistes : Brafa, Bas et la Biennale	293
4.3.2 Les musées, les expositions et « l'offre muséale »	303
4.3.3 Les enchères : des événements millimétrés	305
4.3.4 Bilan : les enjeux de l'événementiel.....	306
Le public au centre des préoccupations.....	307
L'événementiel comme stratégie marketing	309
L'événementiel comme émulation	310
4.4 BROUILLAGES	311
CHAPITRE 5 : CONSTRUIRE ET FIXER LA VALEUR D'UN OBJET	313
5.1 LES RELATIONS ENTRE MUSÉES ET MARCHÉS	314
5.1.1 Quand il y a un acheteur et un vendeur	315
Pourquoi acheter ?.....	315
De la difficulté d'une transaction	321
5.1.2 Quand le marchand est intermédiaire	324
Le marchand intercède	324
Le marchand donne et décide.....	326
5.1.3 Quand les musées offrent leur soutien	329
Le développement des expositions.....	329
Les publications.....	335

Le jeu sensible du droit/devoir d'expertise.....	336
5.1.4 Bilan : un système donnant-donnant.....	339
5.2 LES ENJEUX DE LA CATÉGORISATION.....	341
5.2.1 Catégoriser les hommes pour catégoriser les objets ?.....	342
Catégoriser les hommes : chacun son rôle.....	342
Les objets : comment classer ?.....	345
5.2.2 Catégoriser pour cadrer : un champ spécifique ?	348
L'absence de l'artiste et la difficulté de datation	348
La culpabilité coloniale et le trafic illicite	349
Moraliser les transactions marchandes : positionnements légaux, déontologiques et éthiques	350
Un champ politiquement sensible	358
Des biens en voie de légitimation	359
5.2.3 Co-construire la valeur	360
Définir des critères de valeur des objets ethnographiques	363
La place de l'irrationnel et du spéculatif	374
Les paramètres extérieurs : l'exemple des restitutions	384
5.3 JUSTIFIER ET RATIONALISER	388
5.3.1 Un exemple de stratégie : se calquer sur d'autres marchés.....	389
L'art contemporain : légitimer le fonctionnement du champ par la nature des œuvres	390
L'art moderne : légitimer les qualités intrinsèques des objets	393
5.3.2 Maîtriser la narration et l'information : musées et marchés face à face.....	396
5.4 BILAN	404
5.4.1 Le dédoublement des circuits de reconnaissance.....	405
5.4.2 La création d'une convention partagée propre au champ	406
5.4.3 La mise en place d'un dispositif argumentatif discursif	408
CHAPITRE 6 : S'APPROPRIER ET EXPOSER L'ALTÉRITÉ : L'EXEMPLE DES DISPOSITIFS MUSÉAUX ET MARCHANDS.....	411
6.1 LES DISPOSITIFS EXPOGRAPHIQUES D'OBJETS ETHNOGRAPHIQUES	412
6.1.1 Qu'est-ce qu'une exposition ?	412
6.1.2 Les moments expositionnels de l'objet ethnographique	414
Les expositions des musées	414
Les maisons de ventes et les enchères.....	415
Les expositions et transactions en galerie.....	416
6.2 LE THÉÂTRE DE L'AUTRE	416
6.2.1 Les coulisses : préparation et monstration.....	418
Les auteurs des contenus et le choix des contenus	418
L'arrière-scène : espace de préparation et de monstration.....	425
6.2.2 La scène : les contenus	428
Les objets	428
Les scénographies	433
Les discours et les textes.....	442
6.2.3 Les publics : la réception.....	445

6.3 BILAN : VERS UN BROUILLAGE DES SPÉCIFICITÉS ?	449
CONCLUSION	453
Un écosystème hétérogène.....	453
Une catégorisation et une hiérarchisation des individus perméables	453
Un décalage entre les pratiques et les représentations.....	454
Rationaliser et justifier les critères de valeur.....	457
BIBLIOGRAPHIE	463

TABLE DES ILLUSTRATIONS ET DES GRAPHIQUES

FIG. 1: PART DE DIFFÉRENTS PAYS DANS LES IMPORTATIONS MONDIALES D'OBJETS D'ART 1967-1998 (EN POUR CENT), ISSU DE GUEX, 2002.....	153
FIG. 2: PART DE DIFFÉRENTS PAYS DANS LES EXPORTATIONS MONDIALES D'OBJETS D'ART 1967-1998 (EN POUR CENT), ISSU DE GUEX 2002.....	154
FIG. 3: CHIFFRES D'AFFAIRE DE SOTHEBY'S ET DE CHRISTIE'S ENTRE 2000 ET 2014.....	230
FIG. 4: CHIFFRES D'AFFAIRE DE SOTHEBY'S ET CHRISTIE'S EN 2015.	231
FIG. 5: CHIFFRES D'AFFAIRE DE SOTHEBY'S ET CHRISTIE'S EN 2016.	231
FIG. 6: CARTE DES GALERIES DU SABLON, BRUXELLES.....	239
FIG. 7: CARTE DES GALERIES DE SAINT-GERMAIN-DES-PRÉS.....	239
FIG. 8: NOMBRE DE LOTS MIS À LA VENTE SELON LES CATÉGORIES DE PRIX (EN EUROS) À CHRISTIE'S ET SOTHEBY'S EN 2015.....	259
FIG. 9: NOMBRE DE LOTS MIS À LA VENTE SELON LES CATÉGORIES DE PRIX (EN EUROS) À CHRISTIE'S ET SOTHEBY'S EN 2016.....	260
FIG. 10: NOMBRE DE LOTS VENDUS DANS CHAQUE CATÉGORIE DE PRIX (EN EUROS) PAR LES MAISONS DE VENTES AUX ENCHÈRES EN 2014 - SAUF SOTHEBY'S ET CHRISTIE'S.....	275
FIG. 11: NOMBRE DE LOTS VENDUS DANS CHAQUE CATÉGORIE DE PRIX (EN EUROS) PAR LES MAISONS DE VENTES AUX ENCHÈRES EN 2015 - SAUF SOTHEBY'S ET CHRISTIE'S.....	275
FIG. 12: NOMBRE DE LOTS VENDUS DANS CHAQUE CATÉGORIE DE PRIX (EN EUROS) PAR LES MAISONS DE VENTES AUX ENCHÈRES EN 2016 - SAUF SOTHEBY'S ET CHRISTIE'S.....	276
FIG. 13: ÉVOLUTION DES PRIX MOYENS DES ENCHÈRES PAR MAISON ET PAR AN ET RÉPARTITIONS DES MAISONS DE VENTES.....	278
FIG. 14 : CARTEL D'UNE SCULPTURE DE L'EXPOSITION JACQUES CHIRAC OU LE DIALOGUE DES CULTURES, MUSÉE DU QUAI BRANLY-JACQUES CHIRAC, OCTOBRE 2016.....	421
FIG. 16 : ORIGINE DES OBJETS PAR CONTINENT DANS LES EXPOSITIONS DE MUSÉES.....	428
FIG. 15 : ORIGINE DES OBJETS PAR CONTINENT DANS LES EXPOSITIONS DES VENTES AUX ENCHÈRES DE L'ÉCHANTILLON DE RECHERCHE.	428
FIG. 17: ORIGINE DES OBJETS AFRICAINS PRÉSENTÉS LORS DES EXPOSITIONS DE VENTES AUX ENCHÈRES DE L'ÉCHANTILLON DE RECHERCHE.	429
FIG. 19 : ORIGINE DES OBJETS PAR CONTINENTS DANS LES EXPOSITIONS DE GALERIES DE L'ÉCHANTILLON DE RECHERCHE.....	430
FIG. 18 : ORIGINE DES OBJETS AFRICAINS ET LEURS RÉPARTITIONS DANS LES EXPOSITIONS GALERIES DE L'ÉCHANTILLON DE RECHERCHE.	430
FIG. 20 : VUE D'UN ESPACE DU MUSÉE DU QUAI BRANLY-JACQUES CHIRAC ET DES JEUX D'OMBRES PROVOQUÉS PAR LES ÉCLAIRAGES ZÉNITHAUX.....	435
FIG. 21 : VUE DU STAND DE LA GALERIE BERNARD DULON À LA BRAFA 2015.....	437
FIG. 22 : VUE DE L'ÉCLAIRAGE DE L'EXPOSITION <i>CHEFS-D'ŒUVRE D'AFRIQUE</i> À LA FONDATION MUSÉE DAPPER. .	437
FIG. 23 : VUE DES VITRINES DE LA GALERIE BERNARD DULON AU <i>PARCOURS DES MONDES</i> 2014.....	438
FIG. 24 : VUE D'UNE VITRINE DE LA GALERIE BERNARD DULON AU <i>PARCOURS DES MONDES</i> 2015.....	438
FIG. 25 : VUE DE L'EXPOSITION DES OBJETS DE LA VENTE SOTHEBY'S, DÉCEMBRE 2015.....	440
FIG. 26 : VUE DE L'EXPOSITION <i>MAÎTRES DE LA SCULPTURE DE CÔTE D'IVOIRE</i> , 2015-2016.....	440
FIG. 27 : VUE DE LA DEVANTURE DE L'EXPOSITION DE LA GALERIE LUCAS RATTON LORS DU <i>PARCOURS DES MONDES</i> 2015.....	441
FIG. 28 : VUE DU MUR IMPRIMÉ FORÊT DANS L'EXPOSITION PERMANENTE DU MUSÉE DU QUAI BRANLY-JACQUES CHIRAC.....	441
FIG. 29 : VUE DE L'EXPOSITION <i>HORS-CHAMPS</i> DONT LA SCÉNOGRAPHIE COMPORTAIT UNE CARTE DE LA BANQUISE.....	442
FIG. 30 : CARTEL DE L'EXPOSITION DU PAVILLON DES SESSIONS.....	443
FIG. 31 : CARTEL DE L'EXPOSITION DE LA GALERIE MEYER, <i>BIENNALE DE PARIS</i> 2016.	443

Avertissement

- ❖ L'ajout du nom de Jacques Chirac au nom du Musée du quai Branly-Jacques Chirac s'est effectué lorsque ce travail était encore en cours. Il apparaît donc sous le terme de musée du quai Branly dans certains entretiens où cette dénomination a été laissée intacte. Dans le corps du texte, en revanche, il apparaît sous sa dénomination actuelle officielle de Musée du quai Branly-Jacques Chirac.
- ❖ De façon générale, les noms de lieux, d'institutions ou de personnes cités dans les entretiens n'ont pas été corrigés et seules des corrections mineures de grammaire ou d'expression ont été apportées aux citations.
- ❖ Pour faciliter la lecture, les noms d'institutions ont été utilisés sous forme acronymique lorsque leur mention se répétait trop dans certaines portions de texte : le Musée du quai Branly-Jacques Chirac (MQB), le Musée Royal de l'Afrique centrale (MRAC), le Musée d'ethnographie de Neuchâtel (MEN), le Musée d'ethnographie de Genève (MEG), le Musée national des Arts et Traditions populaires (MNATP), le Musée des Civilisations de la Méditerranée (MUCEM) et le Musée national des Arts d'Afrique et d'Océanie (MAAO).
- ❖ La totalité des graphiques et des illustrations est présentée dans un volume séparé en annexe, excepté quelques exemples qui ont été intégrés dans le texte, pour éviter au lecteur de fastidieux allers-retours entre les volumes.
- ❖ Par respect pour leurs propos, les citations des auteurs figurent dans leur langue originale avec une traduction – de l'auteure, sauf mention contraire, – en note de bas de page.
- ❖ Les photographies sont, sauf mention contraire, celles de l'auteure.

INTRODUCTION

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

James Clifford (2007: 35).

Ainsi le rappelait James Clifford dans le numéro du *Débat* (2007) consacré au Musée du quai Branly-Jacques Chirac : le musée n'est pas le lieu où dialoguent les cultures, mais où dialoguent les hommes, leurs histoires, là où ils débattent et où se déploient ou se résolvent les tensions disciplinaires, où s'étalent les enjeux historiques et politiques.

La phrase de Clifford vieille de plus de dix ans résonne encore fortement aujourd'hui : les musées et les objets qu'ils conservent sont au cœur de l'actualité, en France par exemple où Emmanuel Macron « multiplie les initiatives pour peser à l'étranger par l'entremise de la richesse culturelle [...] : “Il faut inventer une nouvelle grammaire de l'influence internationale et la culture en fait partie” explique-t-il »¹, mais ailleurs dans le monde aussi. Les enjeux sont financiers, diplomatiques, sociaux et à des échelles extrêmement variées, allant du dialogue entre États au dialogue entre individus en passant par le dialogue entre disciplines. Si l'institution muséale est au cœur de ces relations, les musées d'ethnographie, de par la diversité des collections qu'ils conservent et exposent, occupent une place de choix dans ces dialogues : restitutions, mises en valeur des objets, discours coloniaux ou post-coloniaux, traitement de la mémoire, rapport à l'altérité, autant de thématiques portées par ces musées et particulièrement vives

¹ Dagen Philippe et Pietralunga Cédric, « Emmanuel Macron et le “soft power” de l'art ». *Le Monde*, 11 avril 2018. Disponible en ligne sur https://www.lemonde.fr/arts/article/2018/04/11/emmanuel-macron-et-le-soft-power-de-l-art_5283797_1655012.html. [Consulté pour la dernière fois le 28 août 2018].

en France et dans les pays limitrophes depuis la création du Musée du quai Branly-Jacques Chirac.

Le musée français a en effet cristallisé un nombre important de positions et de thématiques dans un schisme – ou l'idée d'un schisme – qui, s'il est aujourd'hui encore difficile à dépasser, a par contre débordé des seules frontières françaises. Ce débat, s'il a mobilisé des arguments autour de la valeur des objets, s'est surtout focalisé sur ce qu'il convenait ou non de montrer dans un musée national dit d'ethnographie. Ce ne sont pas ces débats qui sont traités dans ce travail, du moins pas directement. Ce dernier s'attachera par contre à comprendre comment se fixe la valeur des objets aujourd'hui en France, en Belgique et en Suisse et ce dans ce que j'ai défini et considéré comme un *champ*. Ce terme est à entendre non dans son acception uniquement bourdieusienne qui renvoie à un microcosme social relativement fermé par rapport au *monde* proposé par Howard Becker. Le terme de *champ* tel qu'employé dans ce travail renvoie aux réseaux de coopération, comme l'entendait Howard Becker (1988), mais aussi aux conflits à l'œuvre entre les acteurs à l'intérieur du champ et entre les différents champs artistiques. Ces actions et interactions coordonnées ou en conflit produisent un ensemble de normes et de principes propres à ce champ. Comme nous le verrons, ce dernier est caractérisé par des conflits et des oppositions très âpres ; il est un lieu non seulement où se tissent les convictions partagées, mais aussi où s'affrontent des acteurs pour des positions dominantes et il est fréquemment mis en lien et en perspective avec d'autres domaines artistiques. Ainsi, le terme de *champ* a été préféré à celui de *monde*, jugé trop homogénéisant et enfermant : les frontières du champ de l'objet ethnographique, comme nous le verrons, sont largement poreuses. Le champ étudié est donc celui des musées se définissant « d'ethnographie » et celui des marchands se définissant « d'art non occidental, d'art premier, d'art africain ou d'art océanien ».

Ces termes posent directement la question du lexique de l'objet d'étude et donc d'une forme de définition, de circonscription, voire de préformatage du champ : considérant qu'aucune analyse ne peut se déployer sans savoir au juste de quoi

elle parle, j'ai pris le parti d'exposer en préambule une pré-réflexion sur les termes et leurs utilisations dans la suite de cette recherche.

Cette introduction n'a pas pour objectif d'exposer directement la problématique de ma thèse, qui se pose selon moi plus logiquement après le nécessaire examen des productions scientifiques précédentes. C'est l'ambition du premier chapitre que de défricher les recherches jugées pertinentes dans le champ précité et d'attaquer de front certaines questions épineuses soulevées par son étude : universalité de l'art, différence entre art et artisanat, processus d'artification, liens entre économie et culture, etc. De ces grandes questions transversales a émergé une problématique, dont j'explique au chapitre trois pourquoi elle est focalisée sur une zone géographique précise et quelles en sont ses limites temporelles. Cette problématique circonscrit volontairement l'analyse à l'étude de la valeur des objets, excluant certains axes de recherche liés de près ou de loin aux musées d'ethnographie ou au marché de l'art.

Ainsi, dans ce travail, je n'aurai pas la prétention à de quelconques injonctions sur ce que doit ou devrait présenter un musée en général ou un musée d'ethnographie en particulier ; je m'arrêterai cependant sur ce que montrent les musées d'ethnographie français, belges et suisses et *comment* ils le montrent.

Je n'aurai pas non plus l'ambition de préconiser certaines voies plutôt que d'autres dans le sensible débat des restitutions des objets à leur société d'origine ; la question sera cependant abordée pour comprendre comment ces thématiques sont, entre autres, politiques et comment le politique pèse sur l'institution muséale, ses acquisitions et ses expositions.

Les objets en eux-mêmes ne seront au final que peu les acteurs principaux de ce travail ; comme le suggère James Clifford, ce sont les hommes impliqués dans des relations avec ces objets qui ont eu toute mon attention. Je me suis en effet attachée à comprendre comment ces objets acquéraient une valeur en m'intéressant aux relations nouées entre les acteurs. Comme le rappelait

Raymonde Moulin (1967 : 9) : « Le plus vieux problème de l'économie, celui de la détermination des prix, exige que soient décrits, au-delà de l'homme économique abstrait, des hommes concrets ». L'objectif de ce travail est donc de décrire ces protagonistes, leurs relations et leurs échanges, leurs pratiques et les représentations qu'ils mobilisent autour des objets dits ethnographiques pour comprendre la valeur accordée à ces derniers. Ainsi, en complémentarité – et non en opposition – à une approche historique de l'art, davantage focalisée sur l'objet en lui-même, ma formation d'ethnologue m'a poussée non à étudier l'histoire et les formes de ces objets, mais les gens qui gravitaient dans leur environnement : historiens de l'art, conservateurs de musées, ethnologues et anthropologues, marchands, commissaires-priseurs, critiques, collectionneurs, publics, ont constitué l'objet d'étude de cette recherche.

Si ce sont les individus qui gravitent autour des objets qui ont eu mon attention, je ne me suis cependant pas focalisée de la même manière sur tous ces protagonistes. En effet, deux modes de détermination de la valeur d'un objet m'ont particulièrement intéressée, puisqu'ils en sont selon moi les principaux : fixer un prix et/ou le faire entrer dans des collections. Ces deux manières sont gérées par deux groupes d'acteurs qui ont constitué le cœur de ma recherche : d'un côté des vendeurs et de l'autre des musées. Cependant, les autres protagonistes n'ont pu échapper complètement à l'analyse, comme les collectionneurs ou les publics : ils gravitent dans les mondes de l'art et sont des personnes-clés pour comprendre certains fonctionnements des marchés ou des musées. Un marchand sait en général à quels collectionneurs il peut vendre une pièce, ces derniers sont de bons indicateurs de l'évolution des goûts et des tendances et permettent de comprendre l'évolution des marchés ; les publics conditionnent de plus en plus l'offre muséale et par conséquent les choix d'acquisitions et d'expositions des musées. Bien que certaines analyses ne puissent s'affranchir de les considérer, ma recherche ne s'est pas pleinement focalisée sur eux pour des raisons logistiques, premièrement (le temps dévolu à la rédaction d'une thèse étant à limiter et par conséquent le nombre de sujet à traiter aussi), mais aussi scientifiques : tout d'abord, comme le relève l'état de l'art dans le Chapitre 1, quelques recherches se sont déjà penchées

sur ces protagonistes, notamment les collectionneurs, leur psychologie, leur profil, etc. En outre, ma recherche se concentre uniquement sur les médiateurs et non les consommateurs directs des objets, comme je l'expliquerai plus longuement dans la problématique exposée *infra*.

Si ce sont ces deux groupes qui ont fait l'objet de mon attention, le lecteur sentira peut-être une forme de déséquilibre dans le degré d'intérêt porté – et par conséquent le nombre de pages – à chacun ; les marchés de l'art africain et océanien ainsi que les marchands, et plus particulièrement les galeristes, occupent une place importante du Chapitre 4, consacré à la description du champ et de ses acteurs. J'explique ce déséquilibre en introduction du chapitre par le fait que peu d'études ont été consacrées à la structure des marchés de l'art africain et océanien, alors qu'une littérature abondante est née, notamment après la création du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, sur les musées d'ethnographie. Cependant, un autre déséquilibre apparaît aussi au fil de ce chapitre et du suivant : une large part des citations est laissée aux marchands et aux galeristes plus particulièrement, avec lesquels j'ai eu – comme je l'explique dans le Chapitre 3 consacré à la méthodologie et aux biais d'enquête – un contact plus aisé et un discours plus libéré qu'avec les conservateurs de musées. Il est évident que si leurs discours sont utilisés pour exemplifier certaines analyses, ou expliquer leurs fondements, j'ai pleinement conscience que ces discours sont toujours teintés d'enjeux, notamment financiers ; cependant, les galeristes ne sont pas les seuls acteurs de ce terrain dont les discours sont portés par des enjeux, qui peuvent parfois être très divers, et j'ai considéré de la même façon les paroles des uns et des autres, comme peut le faire l'anthropologue avec n'importe quel entretien de terrain.

C'est que l'analyse proposée ici se base sur un terrain ethnographique important : les détails de cette méthode sont exposés au chapitre trois, après un état de la situation actuelle du champ. L'objectif étant de se focaliser sur les hommes et non les objets, la méthode adoptée et profondément compréhensive, partant des considérations émiques de acteurs rencontrés, accordant une large place au contexte et à l'observation des actions en situation. Cette méthode a pour

conséquence concrète dans ce travail de renvoyer fréquemment aux propos des gens en usant largement des citations.

L'état de la situation actuelle brossé au Chapitre 3, très sommaire et factuel, est à différencier de la cartographie du champ abordé au Chapitre 4 : en effet, cette dernière se veut une analyse approfondie des acteurs en jeu et de la structure de leurs relations, alors que la situation actuelle du Chapitre 3 expose, dans la continuité de l'historique brossé au Chapitre 2, l'état des musées d'ethnographie aujourd'hui ainsi que la situation du marché.

L'historique exposé au Chapitre 2, qui s'étend rapidement de l'arrivée des premiers objets ethnographiques aux années quatre-vingts, m'a paru nécessaire pour comprendre les raisonnements et stratégies mobilisées par les acteurs et dont je fais état au Chapitre 5 : revenant sur la catégorisation opérée par tous les acteurs du champ entre marchés et musées et brossant une typologie des relations tissées entre ces deux mondes, j'explore surtout la construction, la fixation, la justification et la rationalisation d'un système créé par tous autour de l'objet ethnographique et de ses spécificités.

L'objectif premier était de comprendre la construction de la valeur des objets précités, mais – c'est peut-être là un *topos* récurrent de la recherche – le terrain et l'analyse des données n'ont pas donné naissance qu'à quelques conclusions : de nouvelles questions ont émergé et j'ai pris le parti, bien que cela allonge conséquemment le travail, de dessiner un début d'analyse au Chapitre 6 et dans la conclusion. Revenant sur les points principaux et les questions qu'ils soulèvent pour le champ en général, j'espère avoir réussi dans ce travail non à orienter le lecteur vers un jugement, mais davantage à montrer aux uns et aux autres les raisons des uns et des autres.

PRÉAMBULE SÉMANTIQUE : « THAT DAMNED WORD »²

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

Sally Price (1991: 17).

Un objet protéiforme

Au centre de l'analyse des relations entre les musées d'ethnographie et les marchés de l'art se trouve un objet³ dont la définition a suscité débats et controverses et continue aujourd'hui d'alimenter une riche littérature. Le champ sémantique et lexical appliqué aux productions matérielles des pays hors Europe et, parfois, Amérique du Sud (mais nous verrons que ce critère géographique n'est de loin pas leur seul dénominateur commun) se décline en français principalement en objet *d'art premier, tribal, africain, océanien, primitif, non ou extra occidental* ou en *objet ethnographique* et illustre à lui seul les enjeux inhérents à ce champ particulier dont les contours flous et mouvants ne sont définis que par les contextes géographiques et temporels dans lesquels les acteurs qui en parlent s'inscrivent. Entreprise de classement par excellence, nommer les objets fonde leur catégorisation en définissant des critères inclusifs ou exclusifs. Ces derniers, une fois déterminés, peuvent ensuite être hiérarchisés, modifiés, oblitérés dans certaines circonstances ou faire l'objet d'exception(s). Les termes utilisés pour

² Dans son article « Discussion of a problem posed by Adriaan G. H. Claerhout : The Concept of Primitive Applied to Art » (1965), Adriaan Claerhout, reprenant les mots d'Elsy Leuzinger alors directrice du Musée Rietberg de Zurich, finit par qualifier *primitif* – et tous les termes s'y rapportant – de « that damned word ».

³ Pour éviter tout quiproquo dans la suite de ce travail, le terme *objet* désigne, selon la définition du CNRTL, la « chose solide, maniable, généralement fabriquée, une et indépendante, ayant une identité propre, qui relève de la perception extérieure, appartient à l'expérience courante et répond à une certaine destination » (<http://www.cnrtl.fr/definition/objet>, consulté pour la dernière fois le 5 avril 2018) et le terme *objet de recherche* la problématique explorée dans ce travail.

définir l'objet nous indiquent la grille de lecture des acteurs pour appréhender ces productions matérielles.

Le point commun de ces termes – au demeurant parfois très variés – réside principalement dans leur flexibilité sémantique, permettant de maintenir une certaine instabilité de la catégorie et de réajuster rapidement la définition au besoin. C'est que cette définition ne correspond pas à une réalité objectivable, mais à la réalité telle que perçue et voulue par les différents acteurs en jeu dans ce champ, et son acception ne prend sens qu'au travers des relations (oppositions, collaborations, échanges) entre les différents locuteurs : l'emploi d'un terme se fait ainsi rarement pour lui-même, mais bien souvent en opposition à un autre, en préférence à un autre ou faute d'alternative satisfaisante. L'objet se voit attribuer une définition et donc un sens différent selon « le principe de légitimation que l'on entend mobiliser » (Estoile, 2007b: 93) au moment où il est mobilisé et selon les émetteurs et les destinataires du message. Le lexique usité par chaque acteur est représentatif du contexte de son emploi ou des représentations que le locuteur se fait de l'objet (voire des sociétés productrices de cet objet).

Ainsi, passer en revue les différentes catégories auxquelles l'objet est soumis permet de comprendre les enjeux des positionnements et la posture que j'adopterai en conséquence. Prenons pour exemple les textes de présentation des différents marchands lors la *Brussel Antique and Fine Art Fair* en 2014⁴. Alors que l'ancienneté des pièces est reconnue dans les différents discours formels et informels comme un critère important de la valeur de la pièce⁵, la proportion de marchands l'évoquant dans leur texte de description est insignifiante : le galeriste Bernard Dulon est à se définir comme marchand d'« *art of ancient tribal societies* » (catalogue BRAFA 2014 à 2017) faisant de l'ancienneté un critère de définition des objets vendus. Les autres marchands évoquent quant à eux l'« *African art* », le « tribal art », l'« *art of Oceanic, Africa, North American and South-East Asia* » et ne mentionnent à aucun moment une quelconque temporalité. C'est que définir une temporalité précise empêche le « récepteur » d'un objet

⁴ Cet exemple a été brièvement exposé dans un précédent article (Doyen, 2015).

⁵ Voir Chapitre 5, point L'usage et l'ancienneté : les critères fondateurs, p. 364.

ethnographique (qu'il soit visiteur, collectionneur, observateur, possesseur, etc.) de projeter l'imaginaire qu'il souhaite sur l'objet, comme le relèvent Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008: 87-89). Le flou ainsi entretenu laisse une marge de manœuvre qui permet aux différents acteurs du marché de se repositionner rapidement en cas de fluctuations des goûts.

Les enjeux relatifs à chacun de ces vocables seront discutés plus longuement dans le corps de ce travail de recherche et les traits communs – ainsi que leurs principales différences – seront progressivement mis en lumière, au travers des observations des pratiques et des dynamiques autour de cet objet. Ce préambule et cet exemple soulignent certains problèmes de définition de cet objet et donc de définition de l'objet de recherche.

Un objet polysémique

Les objets concernés – à priori les productions matérielles des pays hors Europe et Amérique du Sud – sont donc très variés, recouvrent plusieurs catégories traditionnelles de l'histoire de l'art (antiquités, sculptures, etc.) et ont fait naître une polysémie parfois cacophonique. Je passerai rapidement sur des termes qui, bien qu'ayant à un moment donné servi à nommer les mêmes types d'objets, sont aujourd'hui délaissés, tel celui de *curiosité*. Cette expression connaît son heure de gloire au 16^e siècle, bien que quelques galeries portent encore aujourd'hui le nom de « cabinet de curiosités ». On peut observer certaines réminiscences de ce vocable au début du XX^e siècle : par exemple dans la revue éditée par Paul Guillaume entre 1918 et 1935 qui titre : « Les Arts à Paris : actualités critiques et littéraires des arts et de la curiosité » ou le marchand Heymann qui propose sur son encart publicitaire « curiosités : objets anciens, antiquités, armes de sauvages » (Rubin, 1985: 139). Notons que le terme *curiosité* renvoie à un aspect exotique nécessaire, par définition, à la constitution de la catégorie d'objet dont la caractéristique est de provenir de pays non européens. En outre, l'exotisme laisse transparaître, comme on le voit chez Heymann, le « sauvage ».

Cet aspect sera consacré par les emplois, légèrement postérieurs de *primitif* puis de *premier*, ces termes renvoient à un stade de l'humanité que les cultures traditionnellement étudiées par l'ethnographie au 19^e siècle étaient supposées représenter : sans s'attarder ici sur l'histoire de l'ethnologie, rappelons que cette

pensée évolutionniste définissait l'humanité en différents niveaux. Le premier de ces niveaux était caractérisé par une absence de civilisation et de progrès, peuplé de « bons » sauvages, emplis d'innocence et en parfaite harmonie avec une nature non pervertie, ou de « mauvais » sauvages, barbares et sans intelligence, gouvernés par des pulsions proches du bestial. Cette réflexion repose, comme nous le voyons, sur des conceptions binaires telles que innocent/perverti, sauvage/civilisé ou tradition/progrès auxquelles fait référence le vocable *primitif*. Son utilisation renvoie en outre à un contexte culturel propre aux années vingt durant lesquelles se développe un engouement pour la « black-culture »⁶. Ces termes recouvrent un très large panel d'objets, puisque (contrairement à ce que pourrait laisser entendre l'adjectif *nègre*) ils désignent tout objet provenant d'Afrique, d'Océanie ou d'Orient, sans critère de temporalité. De même qu'*art nègre*, courant au début du XX^e siècle⁷, *curiosité* et *sauvage* ont été aujourd'hui bannis des vocabulaires officiels et populaires.

Le terme *art premier*, successeur d'*art primitif*, dont le rattachement aux thèses évolutionnistes était devenu trop évident et politiquement incorrect, fut consacré par l'ouverture du Musée du quai Branly-Jacques Chirac en 2006. Bien que ce dernier ne porte pas officiellement le nom de « musée des arts premiers », cette expression reste son épithète la plus fréquente, tant dans la presse, dans les arguments de défense du projet que dans les discours officiels⁸. Le milieu du marché de l'art a dans son ensemble suivi le même mouvement, bannissant progressivement *primitif* au profit de *premier*⁹. De même que pour l'usage d'*art africain/océanien* ou d'*art tribal*, le vocable *art* s'entend en opposition à celui d'*objet*. Benoît de l'Estoile a mené une analyse approfondie de l'usage de

⁶ Pour un développement plus conséquent au sujet de l'engouement des années vingt pour la « black culture », voir Pétrine Archer-Straw (2000).

⁷ Pour une liste de la littérature sur ce sujet, voir Lucille Estivalet (2002).

⁸ Voir le discours prononcé par Jacques Chirac pour l'inauguration du Musée, parmi les articles « Le musée des arts premiers va devenir Musée du quai Branly-Jacques Chirac » (*Le Parisien*, 14 avril 2016), de nombreux canaux médiatiques utilisant encore « Musée du quai Branly-Jacques Chirac : musée des arts premiers ».

⁹ Par exemple, Lucas Ratton à Paris qui employait encore en 2017 tant sur ses cartes de visite que sur son site web l'expression *art primitif* et les a aujourd'hui modifiées pour *art africain*.

l'expression *art premier*, s'arrêtant sur les particularités de cette notion « dont la principale qualité est d'être capable de fonctionner dans des acceptions diverses » (Estoile, 2007b: 348). Ainsi, il remarque qu'*art(s) premier(s)* permet de concilier des exigences contradictoires : la reconnaissance des particularités culturelles autrefois spoliées et aujourd'hui considérées comme à la genèse de l'art avec une conception universaliste de l'art. En outre, l'utilisation du terme *art* consacre pour de l'Estoile l'expropriation des ethnologues hors du discours porté sur ces objets, l'utilisation de ce terme étant souvent faite en opposition à une approche ethnographique qui viserait la documentation des sociétés au travers de ces objets (Estoile, 2007b: 351-366). Le terme légitime donc tant des politiques que des glissements d'objets d'une discipline à l'autre. Nous voyons qu'au cœur de cet usage se trouve une hiérarchisation de l'objet (objet quotidien *versus* objet exceptionnel), des disciplines (ethnologie *versus* art) et des musées (musée de beaux-arts *versus* musées de société ou de sciences).

L'usage de certains termes est géographique : le vocable *tribal* ne se rencontre que rarement, et principalement du côté anglo-saxon. Si ce terme ne recouvre pas les mêmes propriétés que l'adjectif de *primitif* – le premier renvoyant à une forme d'organisation sociale, le second à une vision évolutionniste de ces organisations – il sert cependant souvent de traduction anglaise du vocable *art premier*¹⁰.

Aujourd'hui, les marchands privilégient le critère géographique pour définir leurs objets et utilisent majoritairement les termes *art non occidental* ou *art africain/océanien*¹¹. Ils mettent ainsi en valeur d'une part la provenance – par l'utilisation d'une spécification géographique – et, d'autre part, une hiérarchisation de l'objet – par l'utilisation du terme *art*, plutôt qu'*objet*. C'est que tous les objets ne sont pas considérés comme de l'*art* par tout le monde¹². Le

¹⁰ Ainsi, dans les catalogues de la BRAFA (*Brussel antique and fine art fair*) édités seulement en anglais, les marchands évoquent principalement les *tribal societies* ou se définissent comme *tribal art dealer* (BRAFA, 2014 : 190, 214, 448, 456).

¹¹ Pour exemple chez les marchands, Didier Claes parle d'*art africain* et Sarah de Monbrison d'*African and Oceanic art*.

¹² Et, pour certains, les objets non artistiques ne méritent pas un musée, comme l'affirmait Jean-Paul Barbier-Muller lorsqu'il invitait les Genevois à voter non au projet de

vocable *objet* est quant à lui davantage resté confiné aux milieux muséaux ou académiques, où apparaît beaucoup plus fréquemment l'expression *objet ethnographique*. Cette dernière met en évidence, d'une part, la discipline à laquelle l'étude, la découverte et la collecte de ces objets se rattachent et, d'autre part, le refus d'une inégalité de traitement qui considérerait certaines productions matérielles comme plus réussies formellement que d'autres.

Si les expressions géographiques semblent préciser la provenance des items concernés, ce n'est en fait pas toujours le cas. Bien qu'elles paraissent plus précises et déterminent un critère exclusif (les objets européens sont par exemple exclus de cette catégorie, contrairement au vocable *objet ethnographique*), ces expressions recouvrent de leur définition certains objets ni africains ni océaniens, comme les objets asiatiques ou d'Amérique du Nord, certes plus minoritaires. Au contraire, la désignation d'art africain n'entend pas forcément toute l'Afrique, puisque l'archéologie égyptienne, et bien que l'Égypte fasse partie du continent africain, n'est jamais associée à ces objets : Sotheby's les classe dans la catégorie « Antiquities » ou « Ancient sculptures » ; Christie's dans la catégorie « Ancient art and antiquities » ; les marchands d'art africain et océanien ne vendent en général aucune pièce archéologique égyptienne, grecque ou romaine. Cependant, le facteur temporel n'est pas le critère exclusif qui permettrait de résoudre cette contradiction. En effet, les marchands, principalement les galeristes, mettent régulièrement à la vente de l'archéologie africaine – voire sud-américaine – et le Pavillon des Sessions du Louvre présente des statues nok (dont l'ancienneté varie entre le VI^e siècle avant et le VI^e siècle après J.-C.).

La généralisation opérée avec l'expression *art non/extra occidental* désigne quant à elle des objets dont les acteurs s'accordent parfois à dire qu'ils n'appartiennent pas à cette catégorie : elle s'entend usuellement dans le même sens qu'*art africain/océanien*, souvent pour les rassembler en une seule et même catégorie comme, en son temps, l'expression *art nègre*. En outre, l'expression *art non/extra*

renovation du Musée d'ethnographie de Genève. Voir la revue de littérature et les réflexions sur l'universalité de l'art, Chapitre 1, p. 40.

occidental mobilise le concept d'Occident, sujet à débats : le Centre national des ressources textuelles et lexicales (CNRTL) différencie ainsi une acception géographique – les pays situés à l'Ouest – d'une acception politique de ce terme – les pays capitalistes de l'Europe de l'Ouest et les États-Unis¹³. En outre, de nombreux travaux en sciences sociales et politiques (Corm, 2009) remettent en question l'emploi de ce terme et pointent les réappropriations et changements auxquels il est sujet, de même que les variations qui interviennent au sein des pays mêmes, brouillant la frontière entre occidental et non occidental et annihilant toute la pertinence scientifique de cette expression.

Nous apercevons ici la complexité de la construction et des usages des catégories ainsi que des représentations relatives à ces terminologies. En outre, même si chaque terme pouvait être défini de façon précise, son usage suivant les milieux, voire les années, est sujet à changement et peut donc recouvrir des acceptions différentes, de même qu'inversement, chaque objet ou ensemble d'objets peut être défini par une variété de termes. Notons cependant que les critères géographiques (les objets non européens) et temporels (des objets produits avant le début du XX^e siècle) – bien que vagues et sujets à exceptions – restent les fondamentaux de la définition.

Afin de surmonter cette difficulté, les chercheurs travaillant sur ce sujet plaident généralement pour l'emploi des catégories *émiques*, c'est-à-dire des termes utilisés par les acteurs eux-mêmes¹⁴ : Derlon et Jeudy-Ballini (2008: 32), de même que Sophie Cazaumayou (2009: 25), expliquent employer *art primitif*, car c'est le terme utilisé couramment par les collectionneurs et marchands (cette réalité s'étant déjà partiellement transformée avec l'ouverture du Musée du quai Branly-Jacques Chirac¹⁵) et Sally Price explique avoir utilisé les termes tels qu'ils apparaissaient dans les discours sans tenter de les attribuer à l'un ou l'autre groupe (Price, 1991: 20). De façon générale, les auteurs s'accordent sur la perte de temps que revêtirait la recherche d'un mot pouvant décrire précisément les catégories d'objets concernés puisque, comme le rappelle Frances Connelly

¹³ <http://www.cnrtl.fr/definition/occident> [consulté pour la dernière fois le 18 avril 2018].

¹⁴ Sur la définition et l'usage de l'« émicité » en anthropologie de manière générale, voir Olivier de Sardan (1998).

¹⁵ Voir *supra*, p. 19.

(1995: 5), « ce dont nous avons besoin n'est pas de lui trouver des substituts neutres, mais d'admettre qu'il décrit un ensemble d'idées proprement européennes ». Si la réalité s'est encore complexifiée ces vingt dernières années, puisque l'ensemble des idées dont nous parlons ne peuvent plus être considérées comme seulement européennes, le fond de la proposition reste aujourd'hui le même : davantage qu'aux catégories d'objets, c'est aux représentations et aux idées que ceux-ci véhiculent et dont ils sont le support qu'il faut s'intéresser pour comprendre quels enjeux elles recouvrent plutôt que quelle réalité elles décrivent, celle-ci n'étant le produit d'aucune objectivité.

Dans ce travail, j'ai choisi d'emprunter, pour commencer, la même route que les chercheurs précédents en adoptant les catégories émiques des acteurs concernés. Afin de faciliter la lecture, ces termes ne sont pas signalés en italique ; le lecteur est cependant averti que le terme ne désigne pas une catégorie réifiée et objective, mais la réalité du locuteur concerné, variable selon les contextes : il sera bien avisé de se concentrer sur l'émetteur, le destinataire et le contexte d'utilisation de ce terme davantage que sur le vocable lui-même. Par exemple, j'ai utilisé le terme *marchés de l'art africain et océanien* pour désigner les galeristes et marchands de mon échantillon de recherche, ce terme étant celui majoritairement employé par eux-mêmes, alors que certains objets qu'ils vendent proviennent d'Asie ou des Amériques.

Le terme d'*objet ethnographique* est celui que j'ai plébiscité pour désigner le sujet des recherches précédemment effectuées dans ce champ : cette expression ne circonscrit pas les analyses aux objets artistiques et permet de considérer tous les objets – tant les productions considérées comme formellement réussies ou représentatives que les objets du quotidien. Bien que cette expression reste le terme le plus englobant pour amorcer la réflexion à ce sujet, toute entreprise de définition implique une catégorisation et procède d'un appauvrissement forcé de la réalité ; il conviendra donc de ne pas s'enfermer dans un dualisme figé (cet objet est-il ou n'est-il pas un *objet ethnographique* ?) tout en évitant le relativisme nihiliste (aucune possibilité de tri n'est envisageable). Cette définition des objets concernés a pour vocation de s'enrichir au fil des analyses et à gagner en

précision. L'observation et l'analyse des pratiques entourant ces objets doivent nous mener à esquisser les traits communs des représentations qu'ils véhiculent et à dessiner ainsi la carte de ce champ encore en pleine transformation.

PREMIÈRE PARTIE

* * *

Chapitre 1 : État de l'art et problématique

Chapitre 2 : Historique

Chapitre 3 : Situation actuelle et méthodologie d'enquête

CHAPITRE 1 : ÉTAT DE L'ART ET PROBLÉMATIQUE

1.1 ÉTAT DE LA RECHERCHE ET CADRE CONCEPTUEL

Il n'est pas question de s'arrêter dans cette partie sur chacun des titres parus sur le thème du musée d'ethnographie et du marché de l'art africain et océanien. La production pléthorique d'ouvrages sur ces sujets ne ferait que nous mener à une indigestion stérilisant toute réflexion constructive. L'objectif de cette revue de littérature est, tout en honorant l'exercice académique inhérent au travail de thèse, de se frayer un chemin au travers des grandes thématiques qui ont marqué la production littéraire de ce champ. Nous ferons escale aux étapes qui ont pesé dans l'élaboration de la problématique de cette recherche, puisque le but de cet exercice n'est pas d'étaler l'entier des lectures effectuées durant ce parcours, mais bien de guider le lecteur dans l'élaboration de la problématique exposée *infra*.

Trois axes structurent ce parcours : tout d'abord, nous commencerons par les ouvrages ayant suscité les premières interrogations concernant les objets ethnographiques. Ils abordent des thématiques – universalité de l'art, médiation artistique, etc. – qui ont trouvé quelques échos bien après eux et traversent ce travail.

Dans un deuxième temps, nous nous arrêterons sur la littérature davantage centrée sur les expositions, qu'il s'agisse des réflexions sur ce médium en général ou sur des problématiques propres aux expositions des musées d'ethnographie en particulier : mises en scène, scénographie et exposition de savoirs construits en amont sont disséquées pour comprendre notre rapport à l'objet.

Finalement, nous nous arrêterons sur les recherches qui se sont intéressées aux pratiques autour de ces objets, d'une part, et aux processus dans lesquels ces derniers se retrouvent imbriqués, d'autre part : circulation des objets, réseaux d'échanges ou constitution de la valeur. Extirpons de ces trois axes les ouvrages qui ont permis de poser les bases de cette problématique de recherche et ont fourni les concepts opératoires pertinents à son développement.

1.1.1 Les premiers développements de la recherche et les thématiques phares autour de l'objet ethnographique

Quatre réflexions de fonds reviennent régulièrement dans les questionnements liés à l'objet ethnographique et à son exposition : l'art est-il universel ? Quelle différence peut être faite entre l'art et l'artisanat ? Les analyses de l'art doivent-elles l'approcher par sa production ou sa réception ? Comment se sont faits et défaites les liens entre le musée d'ethnographie et la discipline qui lui est associée, l'ethnologie ? Ces quatre questionnements se retrouvent dans la majorité des ouvrages traitant des objets ethnographiques, tel *Primitive art*, résultat de nombreux essais rédigés par Franz Boas entre 1889 et 1916 et publiés en 1927. Dans son ouvrage, qui s'inscrit dans le contexte scientifique de la fin du 19^e siècle, Franz Boas applique à l'art le passage du paradigme évolutionniste – les groupes sociaux, même localisés sur des continents différents, traverseraient des stades d'évolution définis et partageraient, au même stade, les mêmes éléments culturels et technologiques – au diffusionnisme et au particularisme historique relativiste. Ainsi, son analyse est moins à proprement parler centrée sur l'art qu'elle n'utilise la thématique de l'art pour s'opposer à certaines théories anthropologiques de l'époque, servant tout autant des objectifs politico-académiques de légitimation de champs que dégageant les principales questions qui ont alimenté le débat sur cet objet et structuré les recherches par la suite – et qui ont donc pesé sur cette recherche en particulier.

L'art est-il universel ?

La question de l'universalité de l'art, déjà largement discutée en histoire de l'art, en philosophie ou en psychologie au moment où Boas publie son ouvrage¹⁶, est logiquement reprise dans les analyses anthropologiques et ethnographiques lorsqu'il s'agit de problématiser les productions matérielles des sociétés encore considérées, à l'époque de Franz Boas, comme primitives. L'anthropologie et l'histoire de l'art trouvent ici leur premier point de contact et ne cesseront d'effectuer de constants allers-retours entre leurs sujets de recherche, leurs

¹⁶ Par exemple, (Hegel, 1997 [1818-1819], Thurnwald, 1922, Wundt, 1919).

concepts et leurs méthodes¹⁷. Si depuis quelques années semble s'être créé un schisme tout d'abord académique (par des divergences d'approches sur l'objet), mais aussi professionnel (par les désaccords quant aux pratiques à adopter dans le monde muséal), il est à noter que tel n'a pas toujours été le cas et qu'historiens de l'art et anthropologues se sont influencés mutuellement et rejoins sur de nombreux points d'analyse tout au long du développement des études sur les musées d'ethnographie et l'objet ethnographique. Pierre Lemonnier et Alain Schnapp nous rappellent par exemple les symétries de point de vue entre Francastel et Leroi-Gourhan (2009: 79). Ces deux chercheurs ont posé les premiers approfondissements porteurs concernant la question de l'universalité artistique en différenciant tous deux l'universalité de la fonction esthétique de l'universalité de la beauté¹⁸. Ces convergences ont été quelque peu oubliées par la suite dans les débats ayant enflammé le – très petit – monde des musées d'ethnographie et des arts africains et océaniques, notamment lorsque la question de l'universalité de l'art est revenue occuper la place centrale des discours concernant l'ouverture du Pavillon des Sessions du Louvre et plus encore, lors de l'ouverture du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, à Paris. L'entrée des arts africains et océaniques au Louvre – musée considéré comme « universel »¹⁹ – a été justifiée par les initiateurs du projet comme une reconnaissance légitime de ces objets en tant qu'objet d'art et des producteurs de ces objets en tant qu'artistes²⁰.

¹⁷ Ce rapport entre histoire de l'art et ethnologie est abordé *infra*, au point 1.1.3 : Cadre disciplinaire, p. 77.

¹⁸ « L'art est une des fonctions permanentes de l'homme, la fonction esthétique est universelle, le beau est relatif. » (Francastel, 1956: 7). Cette différence a aussi été opérée par Franz Boas en son temps, lorsqu'il excluait de la catégorie « art » le chant des oiseaux ou un beau paysage : « all of these have esthetic values but they are not art. [...] Form and creation by our own activities are essential features of art » (Boas, 1955: 12).

¹⁹ On peut constater au Louvre que ce principe d'universalité se développe sur deux axes au moins : il concerne la diversité des œuvres possédées et exposées, comme en témoigne la présentation du Louvre par Jean-Luc Martinez sur le site internet du Musée « ses [du Musée du Louvre] collections, qui figurent parmi les plus belles du monde, couvrent plusieurs millénaires et un territoire qui s'étend de l'Amérique aux frontières de l'Asie ». Mais elle recouvre aussi l'avis unanime d'un public diversifié : « Réparties en huit départements, elles contiennent des œuvres universellement admirées ». Ces deux axes de l'universalité dans les musées ont été amplement traités dans d'autres ouvrages : voir par exemple Duncan et Wallach (1980) ou Griener (1980, 2014).

²⁰ Voir le descriptif du Pavillon des Sessions sur le site internet du Louvre : « Le Pavillon des Sessions ne se veut pas un "musée idéal" ou un condensé de l'histoire culturelle de quatre continents. Il cherche plutôt à être un lieu de reconnaissance légitime de l'art de

Ces assertions ont été largement discutées par Sally Price et la plupart des chercheurs ayant analysé l'émergence du Musée du quai Branly-Jacques Chirac²¹. Revenant sur le principe d'universalité et sur l'origine de sa définition par les philosophes et linguistes notamment (Chomsky, 2009), voire son utilisation par les artistes eux-mêmes (Bernstein, 1976: 7-15), Price compulse dans son ouvrage phare *Primitive art in civilized places* (1991) un grand nombre de citations d'auteurs, d'époques et de lieux différents revendiquant le principe d'universalité dans l'art et mobilisant plus précisément cet argument pour la reconnaissance des objets ethnographiques en tant qu'œuvre d'art (Anonyme, 1970, Kramer, 1982, McGill, 1984, Seligman, 1961). De façon générale, ces derniers considèrent l'art comme inhérent à la nature humaine, tout comme l'est le langage, par exemple. Sally Price (1995: 57) note que cette observation repose sur un principe fondamental : celui de considérer la créativité artistique et le sentiment esthétique – tout comme le langage – comme des aptitudes innées de l'être humain, plutôt que comme des capacités dont l'acquisition relève de mécanismes complexes liés au contexte social, économique, politique, temporel et géographique des individus et des groupes concernés. Le principe d'universalité s'accommode mal d'une approche de l'art comme construit social et collectif.

Ce parallèle entre l'art et le langage, opéré en France par Malraux en son temps²², fut repris par Jacques Kerchache (1988: 488) pour qui ces objets « sont assez riches pour exprimer cet alphabet de signes-mères, de matrices auxquelles l'homme d'aujourd'hui, dans sa quête nécessaire d'universalité, peut et doit

peuples longtemps méconnus ou sous-estimés qui représentent les quatre cinquièmes de l'humanité. Leur entrée au Louvre marque un tournant dans l'histoire du regard que l'Occident porte sur les arts et civilisations d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques » (<http://www.louvre.fr/departments/le-pavillon-des-sessions>, consulté le 27 février 2017). Je reviens plus amplement sur le processus qui a amené au développement de cette politique muséale aux chapitres 2 et 6 (point 6.2.3 Les publics : la réception, p. 445).

²¹ Tous les citer ici serait fastidieux, mais le lecteur pourra se référer notamment au numéro spécial du *Débat* sorti en 2007 ou à l'ouvrage de Benoît de l'Estoile publié la même année, ou encore à l'enquête de Sally Price, menée en 1991.

²² « Faut-il supposer que l'être humain porte en lui un langage de formes qui transcende les civilisations » (Malraux, 1976: 311). Notons qu'outre être un langage (exprimant les sentiments, la volonté, etc. de quelqu'un), l'art peut aussi « parler de lui-même », un principe décrit, par Pierre Bourdieu par exemple (2001 [1969]), sur les mêmes arguments que ceux contre l'assimilation de l'art à un langage.

puiser ». Comme l'analyse Benoît de l'Estoile (2007b: 374), le projet kerchachien « est analogue aux utopies de certains linguistes au 19^e cherchant à reconstituer une langue originelle, prébabélique, de l'Humanité ».

Cette comparaison entre l'art et le langage sert des considérations politiques fortes. Envisager l'art, comme le langage, inné et donc commun à toutes les cultures permet de considérer l'art comme une porte d'entrée à la compréhension – et donc à la reconnaissance – de l'Autre. Modulées différemment selon les époques, ces utilisations politiques se rejoignent cependant globalement dans la volonté de positionner un pays sur l'échiquier international, et ce notamment par l'intermédiaire de l'institution muséale, ce qui explique peut-être sa récurrence dans la quasi-totalité de la production littéraire concernant ce champ²³.

Cette problématique est donc une des étapes importantes de notre parcours au travers de la littérature sur le sujet : relançant les débats lors de l'ouverture du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, elle met en lumière les difficultés inhérentes à l'utilisation du vocable « art » dans la dénomination – et donc la définition – de l'objet ethnographique. Plus encore, elle questionne la définition de l'institution conservant et exposant ces objets, remettant en cause son rôle et sa place dans des sociétés où les enjeux politiques, économiques et sociaux sont en constante modification. Finalement, elle force à s'interroger sur la pertinence d'une discipline fondée sur cet objet en particulier, point sur lequel je reviendrai plus loin²⁴.

De l'art ou de l'artisanat : la prééminence de la forme et des techniques

Tout comme l'universalité de l'art, les qualités formelles d'un objet et la virtuosité technique nécessaire à leur réalisation sont des thématiques importantes des études sur l'objet ethnographique : les techniques de production touchent au rapport entre geste et idée, entre pratiques et représentations, entre le projet de

²³ Volonté de la France de se distinguer, voire de s'opposer à d'autres politiques, lien avec les politiques (néo)coloniales en cours, etc. Tous ces enjeux sont largement décrits et comparés selon les différentes époques, depuis le début des expositions universelles jusqu'à l'ouverture du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, par Benoît de l'Estoile (2007b). Un exemple de ces volontés politiques est donné au travers des expositions, au chapitre 6 (point Les auteurs des contenus et le choix des contenus, p. 418).

²⁴ Voir *infra*, point 1.3 Cadre disciplinaire, p. 77.

l'œuvre s'élaborant dans l'esprit de l'artiste et sa capacité à réaliser cette idée dans la matière, au travers de son geste.

Cet intérêt pour la culture matérielle et ses techniques de production se développe dès les années quarante, dans le sillage d'André Leroi-Gourhan notamment. Par sa théorie *tendance-fait* (1971-1973 [1943]) – selon laquelle les hommes effectuent une action en recourant aux moyens les plus adaptés à sa fin, compte tenu des contraintes physiques qui pèsent sur cette action –, il se range de façon plus ou moins marquée du côté d'un déterminisme de la matière et de l'environnement sur la production matérielle. Ces questions seront reprises bien après lui et, très récemment, de façon notable par Tim Ingold qui livre dans ses recherches, et peut-être de façon plus prégnante dans *Making : anthropology, archeology, art and architecture* (2013), une théorie sur la création. Ce dernier postule un rapport entre la matière et l'individu qui la travaille, l'objet n'étant jamais que la copie matérielle de l'idée qui l'a précédée. Cette théorie qui invite à penser l'objet comme un matériau est une proposition novatrice qui permet d'échapper à l'impasse consistant à les penser comme des objets destinés à une finalité précise. C'est que la question de l'utilité ou de la fonction de l'objet artistique traverse les recherches en socio-anthropologie de l'art et prend une importance significative dans le cas de l'objet ethnographique.

Penser la forme, c'est aussi penser le rapport de la forme à la signification et toucher alors les questions plus larges de rapport entre esthétique et fonction ou, comme le formulera plus tard Pierre Francastel, entre les niveaux technique, fonctionnel et significatif (Francastel, 1968: 1723). Bien que, dès les années cinquante, ce dernier, considérant ces trois niveaux comme inhérents à tout objet d'art, évacue la dichotomie communément opérée entre esthétique et significatif, de nombreux scientifiques à sa suite mobilisent les catégories d'art et d'artisanat et les différencient, faisant relever la première du registre esthétique et la seconde du registre fonctionnel ou technique (Vogel, 1988).

Notons que cette distinction a été remise en question et déconstruite à toutes les époques et dans la plupart des disciplines : de la *technè* grecque qui conjugue art et fonction (Vernant, 2005 [1965]) à Sophus Müller évoquant la « *Kunstindustrie* » (Müller, 1897: 191) – traduit « *artistic industry* » par Franz

Boas (1955: 22) – en passant par le Musée de l’Homme qui défend dès sa fondation une mise en valeur tant de la forme des objets que de leurs fonctions (Soustelle, 1931), Henri Focillon qui postule un mi-chemin entre l’objet d’art et l’objet fonctionnel ou signifiant (2000 [1943]: 1) ou Jacques Hainard pour lequel l’esthétisme était une part inévitable de la présentation des œuvres, sous peine de voir « l’effet trésor auquel nous sommes soumis » complètement anéanti (Hainard, 1985: 164) : les chercheurs et professionnels de musées – philosophes, historiens de l’art, ethnologues ou muséologues, dans leurs écrits ou leurs pratiques – sont nombreux à tracer une voie médiane déconstruisant la dichotomie art-esthétique *versus* artisanat-fonctionnel, celle-ci ayant parfois glissé en une opposition entre « objet d’art » et « objet de civilisation », et plus récemment entre, respectivement, « objet d’art non occidental/premier/africain/etc. » et « objet ethnographique », cette distinction sémantique nous renvoyant directement aux enjeux mentionnés précédemment concernant la définition de l’objet²⁵.

La question de l’intérêt de l’objet ethnographique est centrale dans les discours et les pratiques des différents acteurs de ce champ : la beauté de l’objet, et donc une forme d’existence de l’objet pour lui-même, est souvent opposée à sa fonctionnalité, dont la prise en considération est vue comme une oblitération de ses qualités purement esthétiques. De façon plus complexe, la fonctionnalité et l’usage d’un objet sont aussi parfois perçus comme des éléments constitutifs de ses qualités esthétiques ; cette approche, qui s’est posée de façon prégnante avec les objets ethnographiques, questionne plus largement toutes les formes d’art liées aux objets utilitaires (design, art appliqué, etc.) et constitue les fondations des réflexions sur la valeur de ces objets.

Art par réception et art par production : la place de la médiation

« I can give at least a few examples which illustrate that the artist has not in mind *the visual effect* of his work, but that he is stimulated by *the pleasure of making* a complex form »²⁶. (Boas, 1955: 25)

²⁵ Voir *supra*, dans le préambule sémantique le point Un objet polysémique, p. 19.

²⁶ « Je peux donner au moins quelques exemples qui illustrent que l’artiste n’a pas en vue *l’effet visuel* de son travail, mais qu’il est stimulé par *le plaisir de faire* une forme complexe ».

Comme le souligne Franz Boas, qui reste notre guide dans ce parcours au travers des questionnements fondamentaux sur les objets ethnographiques, chacun des axes évoqués ci-dessus (l'universalisme de l'art ou de la beauté ainsi que l'importance de la technique) peut s'interroger tant sur le moment de la production que sur celui de la réception de l'objet comme œuvre d'art. L'art se définit alors soit par des caractéristiques propres aux intentions et aux qualités du *producteur*, soit par les aspects émotionnels ou signifiants ressentis ou compris par le *récepteur*.

Les recherches sur l'art se sont très longtemps focalisées sur l'une ou l'autre option²⁷. Si ce débat producteur-récepteur s'est souvent résolu par la prise en considération des deux options²⁸, il a cependant vu son élargissement avec les premières études sur les médiations de l'œuvre d'art, envisageant les étapes entre la production et la réception de l'objet. Théorisant ces deux moments, Alfred Gell (1998) parle d'*artist* (artiste) et de *recipient* (destinataire) et envisage l'intervalle entre les deux comme un *art nexus* où « l'art se fait ». Se basant sur ces analyses, Nathalie Heinich (1998) envisage la médiation, comme la totalité des étapes entre le *producteur* et le *récepteur* de l'œuvre. Considérer ces étapes, qu'elles consistent en des individus (collectionneurs, critiques, guides, etc.) ou des institutions (le musée, le marché), brouille voire annihile les frontières entre le moment où l'objet est produit et le moment où il est reçu. Ouverte par Raymonde Moulin notamment dans son étude des marchés (1967, 1992) pour le champ de l'art classé et contemporain, et par Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini pour les objets ethnographiques avec leur recherche sur les collectionneurs (2008), l'étude des médiateurs de l'art permet, comme le rappelle Nathalie Heinich,

²⁷ Ainsi, les travaux en sociologie de la réception se sont concentrés sur les publics, avec l'importation des enquêtes statistiques dans le monde de la culture (Bourdieu et Darbel, 2001 [1969]), sur le goût, en questionnant les préférences esthétiques (Bourdieu, 1979), ou sur la perception esthétique en abordant les conditions qui permettent l'existence d'un jugement esthétique (Levasseur et Véron, 1983).

²⁸ Déjà à son époque, Franz Boas conclut son ouvrage sur l'affirmation que l'art réside en deux choses, l'émotion et la technique. L'émotion ressentie par le récepteur lors de son observation de l'œuvre, la virtuosité technique imprimée dans l'œuvre par son producteur. Pour lui, les formes qui ne proviennent pas de la main de l'homme, mais face auxquelles l'on peut quand même ressentir un plaisir esthétique, tel le chant d'un oiseau ou un paysage, ne sont pas des œuvres d'art. Ainsi, pour faire de l'art, il faut un producteur et un récepteur (Boas, 1955: 349).

d'éviter certains écueils conceptuels et méthodologiques observés jusque-là dans les recherches sur l'art (Heinich, 2001). En pensant l'art en réseau(x), les études sur les médiations prennent davantage en compte les systèmes de relations (et les flux) entre (et de) personnes, d'institutions et d'objets.

L'importance du musée d'ethnographie pour l'ethnologie. Ou l'inverse ?

L'ouvrage de Franz Boas est une anthropologie de l'objet ethnographique, défini comme tel par un ethnologue même, au travers de ses développements théoriques, mais aussi par son implication au sein d'institutions muséales²⁹ : il illustre le lien ambivalent qu'entretiennent l'ethnologie en tant que discipline académique et l'institution muséale qui est censée en être l'émanation. Son ouvrage n'est que peu dissociable de l'actualité de la discipline anthropologique du 19^e et 20^e siècle et de l'actualité muséale de l'époque³⁰ : au début du 20^e siècle, les objets font une entrée massive dans les musées d'ethnographie³¹. Les conservateurs de musées eux-mêmes livrent une grande production d'analyses de leurs pratiques, dès la fondation des musées à la fin du 19^e (Jomard, 1831, 1845, Siebold, 1843), lors de leurs développements durant le 20^e siècle (Gabus, 1975, Jamin, 1998, Rivet, 1936, Van Gennep, 1914 (2005)) et jusqu'à récemment (Hainard, 1985)³². Dans un mouvement inverse, de nombreux ethnologues, alors pourvoyeurs des objets de musée, réfléchissent au statut de l'objet et au rôle de l'institution censée les conserver. Ces réflexions, qui mûrissent dans tous les pays où se développe l'ethnologie, se nourrissent d'échanges internationaux et de discussions entre conservateurs et ethnologues, à une époque où aucune frontière nette ne sépare les

²⁹ Comme la plupart des ethnologues du 19^e et du 20^e siècle (Marcel Mauss, André Leroi-Gourhan, etc.), Franz Boas est proche des musées : il passe par le musée ethnographique de Berlin et est assistant au Musée d'histoire naturelle de New York (Hatoum, 2013, Kalinowski, 2015). Je reviens de façon plus détaillée sur les liens entre les musées d'ethnographie et l'ethnologie dans la partie historique (Chapitre 2 : 2.2.2 Le développement des musées d'ethnographie, p. 105).

³⁰ Sans refaire ici une histoire approfondie du développement de l'anthropologie et de l'ethnologie en Europe et aux États-Unis, on peut se référer sur ces questions à l'excellent panorama tracé par Serge Reubi pour la Suisse (Reubi, 2011) et par Benoît de l'Estoile pour la France (Estoile, 2007b).

³¹ Voir *infra*, Chapitre 2, point L'accroissement des collections par les expéditions et collectes, p. 105.

³² Notons que si certaines publications existent, les pépites des réflexions se trouvent en grande majorité dans les correspondances des conservateurs et chercheurs.

professions, ni aucun titre ne vient consacrer une formation³³. Ainsi, dans les années qui suivent la création des premiers musées d'ethnographie, le développement des musées et leur mutation entraînent de nouvelles analyses, de même que les réflexions sur l'objet ou l'art développées dans les milieux académiques et l'évolution de l'anthropologie poussent les musées d'ethnographie à de fortes remises en question. Les réflexions sur l'objet ethnographique, sur l'ethnologie comme discipline académique et sur le musée d'ethnographie sont donc intrinsèquement liées. Il n'est alors pas étonnant que le débat sur le rôle du musée d'ethnographie et le statut de son objet – et la production littéraire sur ces questions – ait repris en France lors du projet de création du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, dès la fin des années quatre-vingt-dix³⁴. Ce débat s'oriente aujourd'hui majoritairement sur deux axes : l'histoire du musée d'ethnographie et sa place actuelle dans la société, d'une part, et le statut de l'objet ethnographique, sa documentation, sa conservation et son exposition, d'autre part (Bal, 1994, Desvallées, 1990, Leyton et Damen, 1993, Stocking, 1985).

Ce débat ne se circonscrit évidemment pas au contexte français, voire francophone, comme l'atteste l'analyse majeure livrée par Glenn Penny sur le contexte germanique, *Ethnology and ethnographic museums in imperial Germany* (Penny, 2002). Dans ce dernier, Penny brasse dans une approche historique les principales thématiques de la constitution des collections ethnographiques, mettant en avant l'importance du réseau tissé par le conservateur de musée, la relation entre l'État et l'institution muséale et définissant trois critères de valeur de l'objet (esthétique, économique et scientifique). Du côté anglophone, les publications apparaissent sensiblement plus tôt, dans la lignée des *post colonial*

³³ Par exemple, citons Marcel Mauss, titulaire de la chaire d'Histoire des religions des peuples non civilisés à l'EPHE, puis de la chaire de Sociologie au Collège de France, il est aussi le co-fondateur de l'Institut d'ethnologie de Paris où seront formés une grande partie des enquêteurs de terrain et des administrateurs de colonies censés rapporter des objets au Musée de l'Homme. Il livre un grand nombre de remarques tant sur la collecte d'objets ethnographiques et leur place au musée que sur le statut de l'ethnologie en France et à l'étranger (Mauss, 1994-2008) ; au Royaume-Uni, ce sont les *Notes and queries* qui tiennent lieu de vade-mecum et de première réflexion sur le statut de l'objet ethnographique ; sur les intrications complexes entre la formation d'ethnologue et le travail en musée, voir par exemple de l'Estoile, « Quand les amateurs deviennent professionnels » (Estoile, 2007b: 172-177) ou Ira Jacknis (1985).

³⁴ Avec (Collomb et Alii, 1999, Dubuc et Turgeon, 2002, Dubuc et Turgeon, 2004, Jamin, 1998).

studies et des *critical heritage studies* (Jones, 1993, Karp et Lavine, 1991, Roberts; Vogel et Muller, 1994) et la pierre angulaire de ces développements reste l'ouvrage édité par George Stocking (1985). Reprenant les thématiques de constitutions et de présentation des collections, les différentes contributions se concentrent sur les musées américains à partir de la deuxième moitié du 19^e siècle et soulignent l'antagonisme entre chercheurs et conservateurs de musée qui se développe petit à petit durant le 20^e siècle.

Sur cette lancée et à la même époque – la fin du 20^e et le début du 21^e siècle, de nombreuses analyses historiques des musées d'ethnographie voient le jour, centrées tant sur l'histoire particulière d'objets que sur l'histoire des institutions ou de leurs fondateurs ; ainsi sont abordées la vie du Musée de l'Homme (Dias, 1991, Dubuc, 1998, Gorgus, 2003, Zerilli, 1998), celle du Musée royal de l'Afrique centrale (Corbey, 1999, Couttenier, 2005, 2015), ou celles des institutions suisses – certes de façon plus confidentielle – (Gonseth; Hainard et Kaehr, 2005, Reubi, 2011), ces publications étant souvent le fait d'événements commémoratifs ou de rénovations des institutions muséales. L'entrée dans le 21^e siècle marque en effet une refonte générale du paysage des musées d'ethnographie, puisqu'ont rouvert successivement le Pavillon des Sessions (2000) et le Musée du quai Branly-Jacques Chirac (2006) à Paris, le Musée des Confluences à Lyon (2014), le Musée d'ethnographie de Genève (2014), le Musée de l'Homme à Paris (2015), le Musée royal de l'Afrique centrale à Tervuren (2018) et le Musée d'ethnographie de Neuchâtel (2017).

Ces publications majoritairement historiques pointent la caractéristique principale de l'ethnologie (se développer en parallèle – et presque parfois sur la base – du musée d'ethnographie et de ses collections), s'intéressent aux manifestations exhibant l'objet ethnographique (posant là les prémisses des analyses sur les dispositifs) et mettent en exergue la politique coloniale et le poids de cet héritage dans l'actualité des musées d'ethnographie et le devenir de leurs collections. L'ouvrage de Benoît de l'Estoile constitue une pierre angulaire de ces approches : toujours dans l'élan de réflexion que le Musée du quai Branly-Jacques Chirac a suscité dès les rumeurs de sa création, de l'Estoile a pour objectif d'analyser les façons dont « le monde est donné à voir » au travers des expositions (Estoile,

2007b: 12). Il propose ainsi tant un descriptif historique des expositions et musées d'ethnographie en France qu'une analyse des dispositifs de présentation des objets. Livrant un examen des discours dont l'objet est le support, Benoît de l'Estoile note que les expositions concilient *une mise en scène* (une présentation esthétique et plaisante des objets), *une mise en ordre* (une proposition de classement) et *une mise en forme du monde* (la matérialisation de cette vision du monde) (Estoile, 2007b: 22). Loin de se limiter au contexte français, de l'Estoile aborde aussi dans une optique comparative le cas d'autres musées à travers le monde, permettant un recul sur la crise du musée d'ethnographie et les différentes méthodes choisies pour la résoudre. Cette comparaison entre différents contextes et différentes institutions (dont le point commun est défini comme étant la constitution de collections ethnographiques) est aussi l'objet principal de la recherche de Maureen Murphy (2009). Celle-ci revient sur l'histoire des musées d'ethnographie en France et aux États-Unis et – outre un retour sur les contextes de création des musées d'ethnographie français et américains – met en évidence le processus de découverte et de reconnaissance des arts africains et océaniques, les échanges entre ces deux pays et les variables économiques, politiques et sociales qui ont influé sur le développement des institutions et de leurs expositions.

La caractéristique principale commune à la majorité de ces ouvrages est de traiter en parallèle la définition de l'objet de recherche (*qu'est-ce que l'objet ethnographique ?*) et les enjeux soulevés par ce même objet de recherche (*quelles sont les problématiques qui lui sont liées ?*). Le développement de la littérature au sujet de l'objet ethnographique, de son entrée dans les collections des musées occidentaux, de son statut et de sa définition a donc émergé en parallèle de grandes entreprises muséales, floutant la séparation entre les productions scientifiques émanant de l'université et celles émanant du musée et nous rappelant la complexité de la distinction même des rôles de chercheurs et de conservateurs et d'une séparation nette des productions littéraires entre données de premières mains (productions écrites des acteurs en jeu dans le champ étudié) et littérature académique (productions critiques et analyses scientifiques).

Bilan : l'artification

Le point commun le plus intéressant à toute la littérature mentionnée jusqu'ici est le développement en parallèle du champ de recherche consacré à l'objet ethnographique et de ce qui sera défini *a posteriori* par le concept – popularisé par Nathalie Heinich et connaissant depuis ses années de gloire – d'*artification*³⁵. Cette dernière aborde d'ailleurs « les arts premiers » comme un des exemples d'artification dans son ouvrage majeur sur le concept (Heinich et Shapiro, 2012). Pour elles, on ne peut parler d'artification des objets ethnographiques qu'à partir du moment où il n'est plus question d'un goût personnel – comme cela pouvait être le cas avec les avant-gardes artistiques parisiennes ou les marchands d'art discutant des qualités esthétiques des objets – mais « dès lors que la caution et l'argent publics sont en jeu » : lorsque ces derniers sont impliqués, les responsabilités ne sont plus personnelles – et donc non plus relatives au goût – mais publiques – et donc relatives aux valeurs.

Le concept d'artification est central à ma recherche, car l'artification des objets ethnographiques induit, selon le développement qu'Heinich et Shapiro opèrent de ce concept, un changement au niveau des valeurs, qu'elles soient morales, économiques ou esthétiques. En outre, en incluant le développement muséal ainsi que les processus artificatoires liés au « passage à l'art », le développement du concept d'artification ainsi proposé nous permet de penser dans sa totalité l'entrée des objets non occidentaux dans le champ de l'art et dans les musées ou, plus exactement, de remarquer la prise de conscience médiatique, populaire, politique et scientifique de leur entrée dans le champ de l'art et dans les musées, induisant par là une explosion de la production écrite – scientifique ou non – au sujet de ces objets.

1.1.2 L'appropriation de l'altérité au travers du dispositif

L'importance de l'institution muséale dans les recherches sur les objets ethnographiques ne s'illustre pas uniquement dans les réflexions sur le statut de l'objet et sur le rôle du musée. Un axe important concerne les analyses des

³⁵ En effet, si le terme d'artification revient aux auteures de l'ouvrage du même nom, la notion qu'il véhicule, aussi entendue comme « passage à l'art » est bien antérieure à cette publication, voir par exemple le travail de Bruno Péquignot (2007) ou de Brian O'Doherty (1976-1981) :

expositions des objets ethnographiques : une fois l'objet collecté (et les critères décidant ou non de sa collecte, puis de sa conservation, définis), comment est-il présenté au public et de quel message est-il le vecteur ? Ce questionnement s'inscrit dans un développement général des études concernant les expositions, dans un contexte de définition de la muséologie, voire de l'expologie, comme discipline de recherche à part entière, ainsi que de l'intérêt pour les dispositifs, tant dans l'utilisation conceptuelle de ce terme que dans ses usages pratiques concrets.

Si l'art est un langage, l'exposition est-elle un message ?

Nous avons vu que les objets considérés comme signes et la créativité artistique appréhendée comme langage étaient des axes importants dans la réflexion sur l'universalité de l'art et, par conséquent, un argument important de la reconnaissance, voire de la revendication, des objets ethnographiques dans le champ de l'art. Considérer l'art comme une parole et l'œuvre comme un lexème nous conduit à envisager l'ensemble des œuvres comme une phrase et l'exposition comme un message.

Le paradigme de l'exposition-média, vecteur d'un message, s'est fortement développé du côté anglophone dès les années soixante et soixante-dix (Barzun; Macluhan et Parker, 1969, Cameron, 1968, Macluhan, 1964) et dans les années quatre-vingt et quatre-vingt dix sous l'impulsion, dans le monde francophone, de l'école d'Avignon et de Jean Davallon particulièrement, même si cette réflexion participe d'un mouvement plus large qui se retrouve aussi dans certaines expositions réflexives (telles celles du Musée d'ethnographie de Neuchâtel sous la houlette de Jacques Hainard, puis de Marc-Olivier Gonseth³⁶).

Le parallèle entre l'exposition et le langage surgit au moment des tentatives de définition de l'exposition, à une époque où les chercheurs commencent à se consacrer à l'étude de ce « phénomène » (Davallon, 1986) en particulier. Qu'est-ce qu'exposer, qu'est-ce que mettre en exposition, quels sont les objets exposés ? Les chercheurs tentent de définir le terme même d'exposition et de comprendre

³⁶ Je pense ici notamment à *Objets prétextes, objets manipulés* (02.06-30.12.1984), *Temps perdu, temps retrouvé* (01.06.1985-05.01.1986), *Le salon de l'ethnographie* (03.06.1989-07.01.1990), *Le Trou* (02.06.1990-10.02.1991), *Le musée cannibale* (09.03.2002-02.03.2003) et plus récemment *Hors-Champs* (03.11.2012-29.12.2013).

les enjeux sous-jacents à « la tentation d'exposer ». Fondamentalement, exposer relève donc du discours, comme le rappelle aussi Pierre-Alain Mariaux (2015: 30) « C'est un acte de langage, un texte, une écriture avant d'être quelque chose de visuel ». Cette théorie, qui se développe majoritairement grâce à l'essor des études en muséologie dans le domaine des sciences de l'information et de la communication, envisage l'exposition comme un processus transmettant un message. L'exposition est ainsi perçue non comme un langage, mais comme un fait de langage – car « elle n'est pas un objet sémiotique standard » (Davallon, 1999) – par tout un pan de la recherche sur les musées (Chaumier, 2012, Davallon, 1986, Letocha, 1992, Niederer, 1984). Suivant cette perspective, l'objet est considéré comme un signe et l'exposition comme un assemblage de signes transmettant une signification (Davallon, 1986).

Poussant plus loin l'analyse de l'exposition, les chercheurs ont non seulement mis en évidence son caractère processuel et dynamique, mais l'ont aussi envisagée comme un résultat en elle-même : l'exposition comme un tout, fini et cohérent, pouvant même être considérée comme une œuvre d'art à part entière, et son commissaire comme un artiste (Bawin, 2014). Cette perspective met en évidence le caractère non seulement médiatique de l'exposition, puisqu'elle transmet un message, mais aussi son potentiel à créer elle-même un propos et du sens : l'exposition est une écriture. Serge Chaumier rappelle cette comparaison en nous décrivant le travail d'Alexandre Dorner au Musée régional d'Hanovre : en 1922, ce dernier avait réagencé son musée comme un livre, en séparant les salles en différents chapitres (Chaumier, 2012: 22). La métaphore de l'écriture et de l'objet signe ou mot est la base de la réflexion de Jacques Hainard et Marc-Olivier Gonseth sur la muséologie de la rupture développée au Musée d'ethnographie de Neuchâtel :

« J'en conclus que le musée n'est rien d'autre qu'un grand dictionnaire ! [...] Un dictionnaire qui définit et analyse des objets jouant eux-mêmes le rôle de mots. En tant qu'exposant, muséographe ou scénographe, notre travail

consiste à raconter une histoire avec des objets. Autrement dit, nous produisons un discours. » (Gonseth; Hainard et Kaehr, 2005: 369).

Comme le stipulent leurs principes d'exposition, sont concernés par cette mise en discours, non seulement les objets, mais tous les éléments exposés : texte, image, son, etc. Cet élargissement de la catégorie d'objet exposé, intégrant en son sein tous les types d'éléments proposés à la vue ou à la compréhension du visiteur, a été conceptualisé par Desvallées au travers de la notion d'*expôt*, traduction du terme anglais *exhibit* utilisé par Duncan Cameron (1968). Suivant la métaphore du langage, l'*expôt* est à l'exposition ce que le phonème serait à la phrase. L'exposition est donc envisagée, tout comme le langage et l'écriture, à la fois comme un outil de création et une création en elle-même.

Une deuxième partie des analyses s'est focalisée sur les outils pertinents à l'étude de ce phénomène de création. Davallon, toujours, propose en 1986 d'analyser l'exposition dans sa conception en amont : quels sont les gestes de mise en exposition ? En effet, comme de l'Estoile le soulignait à propos des expositions ethnographiques³⁷, toute exposition passe par un processus de mise en ordre et de classement. Jacques Hainard parle lui de « prélèvement » et de « mise en scène ». Revenir à cette opération de sélection souligne le caractère subjectif de l'exposition et donc sa capacité à médiatiser l'information et non simplement à la transmettre. Il est important de relever que toutes les recherches s'accordent sur un point fondamental : l'exposition produit du sens. Cependant, ce sens n'est pas le seul fait des gestes de mise en exposition ; tout comme l'art, l'exposition peut être envisagée tant du côté de sa production que du côté de sa réception. Les chercheurs et conservateurs de musée soulignent unanimement l'importance du public dans la construction du propos délivré par une exposition :

« Une exposition ne se laisse pas enfermer de la sorte tant il est vrai qu'on ne la parcourt pas comme on le ferait d'un livre. Il serait par conséquent préférable, au niveau le plus général et le plus éloigné, de la considérer

³⁷ Voir *supra*, Chapitre 1, point De l'art ou de l'artisanat : la prééminence de la forme et des techniques, p. 47.

comme un hypertexte, concept rendant mieux compte du contenu discursif (textuel et visuel) auquel le visiteur est exposé et de la grande liberté de mouvement et de cadrage qu'il conserve tout au long de sa visite - il reconstruit son propre fil conducteur en fonction des segments d'exposition sur lesquels il focalise et de ceux qu'il laisse hors-champs » (Gonseth, 2000: 159).

L'exposition est un lieu à parcourir et à s'approprier et il est important, comme le souligne aussi Serge Chaumier (2012: 32), de rester attentif aux « différentes possibilités d'usage de l'exposition »³⁸. Ainsi, s'intéresser à la réception de l'exposition pose la question, plus largement, de l'impact et des conséquences de l'exposition : quel est l'usage fait de l'exposition par rapport à son objectif ? Les chercheurs ont ainsi souligné les aspects identitaires que toute exposition mobilise, la création d'un attachement à une histoire, à un territoire, à des objets ou au récit formulé. Un élément important se dessine alors dans ces analyses : la sélection des expôts et de leur exposition a un effet de mise en valeur, dans le sens où elle permet l'octroi d'une valeur supplémentaire, à savoir celle de légitimation : la sélection des objets prouve qu'ils ont assez de valeur pour être sortis d'une masse et pour qu'un discours soit porté sur eux.

L'exposition crée donc un sens général, mais plus encore, les recherches mettent en évidence le déplacement de sens que le processus d'exposition opère sur chacun des expôts présentés ; l'exposition dépouille l'objet du contexte dans lequel il baignait avant son arrivée au musée pour lui en attribuer un autre. Ces analyses s'opposent à la vision beaucoup plus répandue du musée comme tombeau des objets. Pour les tenants d'une resémantisation, l'objet ne meurt pas en entrant au musée : il est investi d'un nouveau rôle et d'un nouveau sens. Ce dernier peut être soit *aliéné* (il devient autre) soit *essentialisé* (il est replié sur lui-même) (Déotte et Huyghe, 1998: 98). Ces recherches s'accordent sur un point : la muséographie participe de la resémantisation de l'objet. Ainsi une grande

³⁸ Notons que cette analyse s'ancre dans la métaphore littéraire, qui connaît la même réflexion dans les années quatre-vingt, par exemple avec Barthes (1984: 45) : « Le lecteur est l'espace même où s'inscrivent toutes les citations dont est faite une écriture ; l'unité d'un texte n'est pas dans son origine, mais dans sa destination ».

attention a été portée aux types d'expositions et aux scénographies, tant dans leur architecture générale que dans leurs détails particuliers (vitrines, éclairages, etc.). La contribution majeure à ce sujet reste très certainement celle de Brian O'Doherty, dont les essais sur le *white cube* ont montré à quel point l'espace d'exposition – au sens large, incluant la *gallery* et donc les espaces commerciaux – pouvait être porteur de sens. Un des essais porte même le titre explicite de « Le contexte comme contenu » – tout autant que le processus de sélection des objets ou celui de réappropriation et de réinterprétation par le visiteur (O'doherty, 1976-1981). Pour O'Doherty, davantage que de créer du sens, le contexte peut même déterminer ce qui est art de ce qui ne l'est pas et être le moteur du « passage à l'art »³⁹ :

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

Une histoire des expositions (Altshuler, 2008, Glicenstein, 2009) non plus focalisée sur les objets, mais sur leur mise en scène a donc éclos peu à peu parmi les productions scientifiques sur l'institution muséale et a montré à quel point l'objet peut être chargé de significations différentes selon la manipulation du conservateur. Le musée comme espace artificiel, hors du temps, produit un récit, mais ce récit n'est pas forcément une fiction ; il renvoie à une réalité, tout en produisant la possibilité d'autres réalités et brouille ainsi les frontières entre réalité et fiction.

Outre une analyse de la conception et de la réception des expositions, nombreux ont été les auteurs à proposer les outils de l'analyse sémiotique à l'exposition. Cependant, l'apport majeur de ces recherches repose sur l'exposition considérée comme dispositif : l'analyse de l'exposition ne peut alors s'effectuer qu'en tant qu'analyse des dispositifs.

³⁹ Voir *supra*, Chapitre 1, point 1.1.1, Bilan : l'artification, p. 51.

La contribution majeure à ce sujet est très certainement celle de Cécilia Hurley-Griener et de François Mairesse (Mairesse et Hurley, 2012). Reprenant les éléments disparates déjà exposés dans des précédents travaux⁴⁰ et s'appuyant sur l'analyse déjà esquissée par Tony Bennett dans *The exhibitionary complex* (1988), ces derniers définissent le champ de l'expologie et plaident pour un développement des études sur la présentation des objets dans les musées. Reprenant la définition foucauldienne du dispositif⁴¹, résumée par Giorgio Agamben dans son ouvrage *Qu'est-ce qu'un dispositif?* (2007)⁴², Mairesse et Hurley-Griener insistent sur la dimension de pouvoir présente dans la mise en scène muséale :

« La force des dispositifs, quels qu'ils soient, réside notamment dans le camouflage de leurs pouvoirs. Leur analyse, comme ont pu le souligner Foucault ou Agamben (mais combien d'autres aussi, de Bourdieu à Chomsky), constitue bien plus qu'un simple divertissement intellectuel » (Mairesse et Hurley, 2012: 27).

Cette analyse met en avant les jeux de pouvoir, l'autorité, le système et la structure que le dispositif traduit, insistant sur le fait que les dispositifs « garantissent des relations d'autorité ». A ce titre, le concept de dispositif me paraît plus pertinent que celui proposé par Déotte d'*appareil* (2011), qui, s'il traduit bien le caractère d'articulation de différents éléments et le musée, traduit moins les enjeux de pouvoir à l'œuvre dans la création d'expositions.

⁴⁰ Notamment (Beuscart et Peerbaye, 2006, Charlier et Hugues, 1999, Davallon, 1986, Ezrati et Merleau-Ponty, 2005, Hall, 1987, Hughes, 2010, Newhouse, 2005, Staniszewski, 2001).

⁴¹ Pour rappel, selon Foucault, le dispositif est « un ensemble résolument hétérogène comportant des discours, des institutions, des aménagements architecturaux, des décisions réglementaires, des lois, des mesures administratives, des énoncés scientifiques, des propositions philosophiques, morales, philanthropiques, bref du dit aussi bien que du non-dit... Le dispositif c'est le réseau qu'on tisse entre ces éléments » (Foucault, 1998: 299).

⁴² Synthétisée en cette proposition : « J'appelle dispositif tout ce qui a, d'une manière ou d'une autre, la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants » (Agamben, 2007: 13).

Ces productions scientifiques ont mené à étudier moins l'exposition que la pratique de l'exposition, vue comme un moyen pour l'homme d'ordonner le monde et de produire du sens. Dans le cas des musées d'ethnographie et des objets ethnographiques, cette approche se pare d'un sens particulier, aux enjeux politiques forts : il s'agit de savoir comment ordonner et donner sens à l'altérité. L'analyse de l'objet ethnographique ne peut donc s'affranchir d'une analyse des expositions de ces objets au travers desquelles se construit la définition du champ. L'utilisation du concept de *dispositif* nous permet de mener une réflexion critique sur ces expositions, mais aussi de comprendre comment et en quoi ces dernières instituent la définition de l'objet ethnographique et les valeurs qui doivent lui être attribuées.

L'exposition comme mode d'appropriation de l'altérité

L'analyse des expositions d'objets ethnographiques prend de l'ampleur dans les années quatre-vingt et illustre un double mouvement réflexif : à la fois sur l'ethnologie comme discipline et sur la place et le rôle de l'institution muséale dans la société. Cette réflexion s'amorce du côté anglophone en premier lieu, avec les *post-colonial studies*. Edward Said est régulièrement cité comme le point de départ de ces réflexions avec son ouvrage *Orientalism* (1979). L'apport principal de ce courant de pensée qui réfléchit sur les héritages coloniaux est de mettre en évidence l'importance de la production des connaissances dans la construction des représentations. Ils proposent alors de déconstruire les discours que l'Occident porte sur l'Autre⁴³.

L'exposition et le musée font partie de ce système de production de connaissance et peuvent être considérés comme des discours à déconstruire. Ainsi, l'ouvrage fondamental édité par Ivan Karp et Stephen Lavine, *Exhibiting cultures* (1991), rappelle, dans la ligne de ce que nous avons vu *supra*⁴⁴, que l'exposition présente la vision de son concepteur et que celle-ci est le terrain de contestations et de

⁴³ Le terme « Autre » est ici repris de ses usages dans la littérature évoquée et ne désigne en aucun cas une catégorie analytique objective et réifiée. C'est pourquoi, dans la suite de ce chapitre, il est systématiquement employé avec une majuscule, de façon à rappeler au lecteur que cette catégorie est dépendante de l'ouvrage auquel il est à chaque fois fait référence.

⁴⁴ Voir *supra*, point Si l'art est un langage, l'exposition est-elle un message ?, p. 52.

compromis entre différents acteurs. Cependant, ils soulignent que, dans le cas des expositions d'objets ethnographiques, les enjeux politiques sont amplifiés et parfois extrêmement sensibles : « Decisions about how cultures are presented reflect deeper judgment of power and authority » (Karp et Lavine, 1991: 2). En outre, le fait de présenter les objets ethnographiques soulève « un problème de traduction » (Karp et Lavine, 1991: 21) entre la pensée et l'intention du producteur de l'objet, celles du concepteur de l'exposition et celles du public (Baxandall, 1991, Van Mensch, 1992). Ce problème de traduction, soulevé dans le cas du musée, est aussi prégnant du côté d'une réflexion sur l'ethnologie en tant que discipline académique qui, dans la ligne des *post-colonial studies* et des propositions faites par Edward Saïd, s'amorce au même moment⁴⁵. Ces recherches ont donné naissance en anthropologie à des réflexions critiques sur les savoirs produits, y compris ceux produits par les ethnologues eux-mêmes. C'est surtout la réflexion de James Clifford, développée dans *The Predicament of Culture* en 1988, qui m'intéresse ici. Dénonçant la construction de l'Autre par l'ethnologie, mais aussi par le musée d'ethnographie, Clifford place le média employé au cœur du problème : qu'il s'agisse de l'écriture pour l'ethnologie ou de l'exposition pour le musée, ce média traduit la vision de son producteur et permet des effets de style ou d'interprétation. Ces assertions amorcent une rupture avec l'autorité ethnographique et déconstruisent le discours vrai et légitime au profit de l'expérience personnelle, de l'interprétation, de la polyphonie et du dialogue :

« Le temps est révolu où des autorités privilégiées pouvaient systématiquement “donner une voix” (ou une histoire) aux autres sans crainte d'être contredites » (Clifford, 1996: 15).

Nous retrouvons ici le mouvement par lequel les musées d'ethnographie au même moment se retrouvent dépossédés du monopole du discours légitime sur l'Autre. En effet, les questions posées sur la discipline résonnent avec les interrogations posées du côté du musée : « Qui a qualité pour parler de l'identité ou de

⁴⁵ Notons que de nombreux auteurs ont suivi Saïd dans l'analyse de notre rapport à l'altérité et la construction de l'Autre, de ses traditions et de son essence (Carpenter, 1983, Hobsbawm et Terence, 2005, Latour, 2009, Sahlins, 1989, Torgovnik, 1990).

l'authenticité d'un groupe ? » demande Clifford (1996: 16) faisant écho à « qui a l'autorité d'exposer le patrimoine des autres ? » (Hertz, 2002) ; « Quels sont les éléments et les limites essentiels d'une culture ? » poursuit Clifford (1996: 16), pendant que les musées d'ethnographie, et le monde muséal en général, se demandent si « les objets ethnologiques peuvent devenir des objets de patrimoines »⁴⁶ (Davallon, 2002). Derrière ces questionnements se profile la ferme volonté d'extirper l'analyse de ces sociétés – et leur collecte – d'un présent ethnographique figé et essentialisant (Fabian, 1983, Said, 1979, 1986), en tenant compte des changements et des multiples autres voix possibles que celle de l'ethnologue.

Envisager le musée comme fenêtre sur les représentations de l'altérité, analyser comment la diversité est donnée à voir : ces premières tentatives ont été faites dans l'analyse de l'Exposition coloniale, du Musée du Trocadéro, du Musée de l'Homme ou des expositions en galeries faites par les avant-gardes artistiques dans les années trente. Benoît de l'Estoile (2007b) met par exemple en exergue le changement de discours visible dans l'évolution du dispositif entre le Musée de l'Homme et le Musée du quai Branly-Jacques Chirac et de nombreuses analyses ont pointé les modulations des discours portés entre les différentes étapes d'évolution des dispositifs architecturaux ou scénographiques (Chaslin, 2007).

De façon plus générale, une typologie des différentes expositions d'objets ethnographiques a été tentée à plusieurs reprises⁴⁷ et mettent généralement en exergue une tension permanente et récurrente entre les dimensions pédagogique et divertissante du musée, tension qui se retrouve de façon prégnante dans le cas du

⁴⁶ Notons d'ailleurs que dans cet article, paru dans le catalogue de l'exposition du Musée d'ethnographie de Neuchâtel *Le Musée cannibale* (Gonseth; Hainard et Kaehr, 2002), Davallon renvoie explicitement à la réflexion menée par Clifford dans *The Predicament of culture* (Davallon, 2002: 186).

⁴⁷ Sally Price dégage quatre modèles (basés sur les qualités formelles, le lien à la communauté d'origine, le lien au passé ou l'emphase sur la rencontre entre les hommes); Benoît de l'Estoile, quant à lui, s'en tient à trois modèles (le musée des cultures, le musée « politique » – des colonies, de l'immigration, etc. – et le musée des arts), repris par Nathalie Heinich (2012b) ; l'exposition *Le Musée cannibale* du Musée d'ethnographie de Neuchâtel en 2002 présentait huit modalités d'exposition de l'Autre, etc.

musée d'ethnographie où le « projet muséal »⁴⁸ n'est pas toujours clairement défini ou assumé. Cette tension relève d'une double exigence du musée, encyclopédique d'une part – avec pour objectif de classer le monde et de l'organiser – et attractive, d'autre part – avec pour objectif de divertir le visiteur : l'exposition se retrouve alors prise entre la possibilité de transmettre une information scientifique ou celle d'enchanter les visiteurs, ces deux positions étant la plupart du temps perçues comme antinomiques. De façon générale, les chercheurs mettent en avant la difficulté que rencontrent les musées, voire l'impossibilité, à concilier la « belle exposition » avec une narration, une transmission d'informations ou un positionnement politique (Alpers, 1991, Duncan, 1991), favorisant généralement une option au détriment des autres, alors même que l'objet présenté porte en lui une multiplicité de sens et de dimensions. Les choix opérés par les concepteurs d'exposition dans la présentation, de même que les choix d'interprétation faits par les visiteurs, ont été conceptualisés comme autant de « modes d'appropriation » par Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini qui développent ce concept dans leur récent *L'Art en transfert* (2015). Nous avons vu *supra* que le concept d'appropriation est la plupart du temps associé à l'ingestion d'une culture par une autre – la métaphore étant reprise à foison – faisant ressortir les modalités souvent violentes de cette ingestion et son aspect unilatéral, ce qui a pour effet d'avoir connoté négativement ce terme dans les milieux de l'anthropologie (Derlon et Jeudy-Ballini, 2015). Cependant, rappelant que cette notion est mobilisée en sociologie, en histoire de l'art ou en herméneutique, Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini proposent d'utiliser le concept d'*appropriation* pour simplement prendre acte de la production d'endogénéité à partir d'exogénéité ; cette acception permet d'envisager l'appropriation de façon plus globale et non plus seulement au prisme du colonialisme, et de réaliser ainsi que cette « tendance à réinterpréter l'exogène pour le rendre pleinement sien constitue un fait universel » (Derlon et Jeudy-Ballini, 2015: 12). Pour ces dernières, l'appropriation permet de décrire un mode de relation (Derlon et Jeudy-Ballini, 2015: 21), et en ce sens l'exposition d'objets ethnographiques – envisagée tant comme un processus que comme une œuvre à

⁴⁸ Au sens où l'entend François Mairesse (2002).

part entière – peut être considérée comme un mode parmi d’autres d’appropriation de l’altérité : une façon de créer de l’endogène à partir de l’exogène, mais aussi de (re) « sémantiser » les objets.

1.1.3 La circulation des objets et leurs échanges : générateurs de sens et de valeur(s)

Nous avons vu précédemment que les recherches sur les expositions mettaient en exergue la resémantisation de l’objet opérée au moment de son arrivée au musée et de sa mise en exposition. La circulation de l’objet induit donc des changements de sens, mais aussi, comme l’ont théorisé Arjun Appadurai et Igor Kopytoff dans un ouvrage devenu fondateur, des changements de registres de valeurs. Dans *Social life of things* (1986 [2014]), Appadurai et Kopytoff postulent, sur la base des recherches de Simmel (1978), que la valeur d’une « marchandise »⁴⁹ ne dépend pas de ses qualités intrinsèques⁵⁰ – elle est conjoncturelle et non essentielle. Pour ces derniers, les marchandises ne possèdent pas une valeur absolue qui résulterait de la demande ; le processus se construit dans une dynamique inverse, la demande attribuant aux objets une valeur particulière. Les auteurs repartent de ce postulat et proposent, en le développant davantage, que ces valeurs dépendent d’un contexte temporel et spatial et mettent ainsi en exergue le fait qu’un objet peut être à un moment une commodité et à un autre moment un bien inaliénable, par exemple. Chaque marchandise est donc investie d’un « commodity potential » (Appadurai et Kopytoff, 1986 [2014]: 13) et ce sont les situations qui permettent à l’objet d’entrer dans cette « phase marchandise » ou d’en sortir. L’objet peut entrer dans cette phase par destination, par métamorphose ou par diversion ; le sens dont les producteurs avaient pourvu l’objet peut donc être transformé, réinterprété, développé ou oublié. Ces aspects conjoncturels

⁴⁹ Appadurai et Kopytoff emploient le terme de *commodity*, qu’ils définissent comme tout bien ou service mis en circulation. Comme le relève le traducteur de la version française, cette catégorie est beaucoup plus englobante que ne le laisse entrevoir le terme français de « marchandise » utilisé pour traduire la pensée des deux auteurs. L’objet peut être considéré comme une sous-catégorie de la marchandise telle qu’Appadurai et Kopytoff l’envisagent.

⁵⁰ « Value, for Simmel, is never an inherent property of objects, but is a judgment made about them by subjects. Yet the key to the comprehension of value, according to Simmel, lies in a region where “that subjectivity is only provisional and actually not very essential” (Simmel 1978 : 73) » (Appadurai et Kopytoff, 1986 [2014]).

posés, Appadurai et Kopytoff proposent de penser les marchandises non en termes de valeur, mais en termes de *registre de valeurs*. Pour eux, ce concept permet d’appréhender la diversité des systèmes culturels des acteurs que l’objet rencontre :

« Despite a vast universe of shared understandings, a specific exchange is based on deeply divergent perceptions of the value of the object being exchanged »⁵¹ (Appadurai et Kopytoff, 1986 [2014]: 14).

Ces registres de valeur ne dépendent donc pas des pensées et des intentions des producteurs mais bien des situations et des différents acteurs en jeu au moment précis où l’objet est appréhendé : ce dernier peut endosser un vaste panel de sens différents.

Les modulations de sens d’un objet au gré des projections des différents groupes sociaux que ce dernier traverse est une théorie reprise dans différents champs disciplinaires ; les concepts développés par Appadurai et Kopytoff ont (re)lancé un grand nombre d’analyses sur la valeur des objets : du côté de l’histoire, c’est Michel Espagne qui propose de focaliser sur les mouvements entre un espace et un autre avec le concept de *transfert culturel* (Espagne, 2009, Espagne et Werner, 1987) ; en histoire de l’art, Dominique Jarassé (mars 2013), rappelant que cette approche a été proposée par les artistes autant que par des chercheurs, reprend une définition non essentialisante de la valeur et propose de l’appréhender de façon dynamique, comme une valeur « mutante », au sens de changeante et construite. En sociologie, Nathalie Heinich reprend et développe de façon importante le concept de registre de valeurs, différenciant les *registres de valeurs* des *régimes de valeurs* (Heinich, 2014b).

Se concentrer sur les processus de re-sémantisation et de changements de registre de valeurs pendant la circulation de l’objet possède certains avantages méthodologiques. Tout d’abord, cette approche permet de sortir d’une analyse

⁵¹ « Malgré un vaste univers de compréhensions partagées, un échange spécifique est basé sur des perceptions profondément divergentes de la valeur de l’objet échangé ».

centrée sur la production ou la consommation des objets et de se focaliser sur leurs trajectoires et les réseaux, mettant au centre de l'attention les différents médiateurs et les « biographies d'objets », puisque « commodities, like persons, have a social life »⁵² (Appadurai et Kopytoff, 1986 [2014]: 3). Cette considération n'est pas sans rappeler la théorie développée par Alfred Gell sur l'*agency*⁵³ des objets. Avec *Art and agency* publié en 1998, ce dernier tente de comprendre pourquoi certains objets nous fascinent. Pour lui, cette fascination ne porte pas directement sur l'objet mais sur les pensées et intentions des producteurs et usagers de l'objet. Autour de celui-ci se retrouvent ainsi des « réseaux d'intentionnalité » (*agency network*) qui, pris dans l'objet à des moments différents, contribuent au processus continu de sa création, le dotent d'une quasi-intentionnalité et exercent un pouvoir d'attraction et de fascination⁵⁴.

Cette analyse a soulevé un grand nombre de critiques et de débats qui se sont focalisés sur trois axes principaux : la définition de l'art, la nature du travail anthropologique et la notion d'agentivité même. Les deux premières questions seront traitées plus loin dans ce travail pour comprendre son cadre disciplinaire ; attardons-nous plutôt ici sur la notion d'agentivité et sa pertinence comme concept opératoire. Comme le rappelle Tim Ingold (2013), dont les recherches sur les processus de création se sont beaucoup basées sur le travail d'Alfred Gell, la notion d'*agency* permet de tracer la trajectoire de l'objet. Celle-ci est constituée des connections causales enchaînées qui ont motivé la production de l'objet et qui ont permis l'attribution de multiples significations lors de ses usages. L'*agency* replace donc l'objet dans des « moments de vie » qui peuvent être socialement et culturellement variés. L'utilisation de ce concept laisse cependant en suspens différentes questions, dont la plus importante reste très certainement celle du

⁵² « Les marchandises, comme les hommes, ont des vies sociales ».

⁵³ A nouveau, la traduction française du terme *agency* ne rencontre aucun consensus. Maurice Bloch parle dans sa préface de 2009 d'*intentionnalité*, mais aussi d'*agentivité* ou d'*actance*. Nathalie Heinich propose *capacité* qui rendrait selon elle mieux compte de la notion de « potentialité » contenue dans le terme *agency* (Heinich, 2012a: 188). Voir aussi pour une critique de ce terme Mustafa Emirbayer (1998). L'alternative la plus usitée est d'utiliser le terme anglais.

⁵⁴ Cette approche rejoint l'approche par la médiation survolée *supra*, p. 45 concernant la prise en compte des acteurs situés entre la production et la consommation de l'art.

degré d'intentionnalité prêtée à l'objet : celui-ci peut-il changer les contenus qui lui sont rattachés ? La nature de l'objet a-t-elle une influence sur les intentionnalités qui lui sont attribuées et leurs interprétations ? Regroupant les contributions de nombreux chercheurs en histoire de l'art, en archéologie et en anthropologie lors d'un colloque tenu dix ans après la parution de l'ouvrage de Gell, Chua et Elliott ont pointé le fait qu'Alfred Gell avait adopté un entre-deux au final peut-être peu convaincant (Chua et Elliott, 2013) : séparant l'agentivité primaire de l'agentivité secondaire, Gell précise que les objets n'ont pas de pouvoir d'action en eux-mêmes (l'agentivité primaire), mais qu'ils matérialisent l'agentivité primaire des êtres humains qui les ont produits ou utilisés. D'autres auteurs ont au contraire critiqué l'importance de l'intérêt que Gell porte aux objets, comme Howard Morphy (2009) pour qui la théorie de Gell nous détourne de l'agentivité humaine, l'intérêt étant non ce qu'un objet peut vraiment faire mais ce que les gens pensent qu'un objet peut faire. Malgré ces critiques, le concept d'*agency*, tout comme la *resémantisation* et le *transfert culturel*, permet de sortir d'un comparatisme tendant à essentialiser deux systèmes (par exemple, la production et la consommation) et ouvre l'analyse aux réseaux, aux transferts et aux échanges qui mettent en relief le dynamisme et la flexibilité des systèmes, comme déjà évoqué dans la première partie de cette revue de la littérature⁵⁵. Ces concepts sont donc particulièrement intéressants pour les objets ethnographiques dont la trajectoire peut être longue, mais surtout traverser des pays, des situations et des contextes extrêmement variés. Ils passent en effet non seulement d'une culture à une autre, mais aussi du terrain au musée (ou à l'exposition) comme le rappelle Sally Price (2009: 275) :

« Quelles que soient ses priorités précises, tout musée qui expose des objets ethnographiques est confronté au même défi. Ce défi tient au fait que les objets portent, dans leur culture d'origine, des significations multiples et souvent très complexes, qui ne sont guère capables de survivre au passage à la vitrine de musée. Les organisateurs du colloque qui fait l'objet de ce propos ont bien reconnu ce constat, précisant dans leur appel à

⁵⁵ Voir *supra*, point Art par réception et art par production : la place de la médiation, p. 45.

communications qu'ils recherchaient des réflexions sur "les différentes opérations de translation qui font passer l'artefact d'un régime de valeur [selon l'expression d'Arjun Appadurai] à un autre, ce qu'André Malraux appelle « la métamorphose [...] les déplacements de sens qu'induit le passage du « terrain » ou « contexte d'origine » au musée ou au marché" ».

Des chercheurs se sont donc penchés sur ces différents registres de valeur que l'objet ethnographique peut traverser durant sa trajectoire (Cazaumayou, 2009, Price, 1995, Steiner, 1994)⁵⁶ et ont généralement déconstruit la valeur monétaire des objets en mettant en exergue d'autres types de valeurs, telle la valeur affective (Derlon et Judy-Ballini, 2008). Cependant, l'objet ne passe pas seulement d'une culture à une autre, ni même du terrain (*l'objet utilisé*) au musée (*l'objet immobilisé*), mais, comme le rappelle Pomian, ils sont aussi mis en circulation sur des marchés :

« Nos sociétés, comme les individus qui y vivent, adoptent face à l'art deux attitudes apparemment incompatibles. Elles l'immobilisent au musée où il doit faire l'objet d'une contemplation admirative. Elles l'envoient circuler sur le marché où il fait l'objet de transactions commerciales. Elles lui attribuent une valeur esthétique définie de manières diverses, mais dont on s'accorde à` admettre qu'elle transcende le temps et le lieu. [...] Elles lui attribuent une valeur marchande exprimée dans un prix qui fluctue au gré des places et des conjonctures » (Pomian, 1992: 9).

Les recherches sur la valeur des objets peuvent donc être appréhendées au prisme de ces deux moments importants de sa trajectoire : sa circulation sur le marché de l'art, tout d'abord, et son immobilisation dans les institutions muséales, ces moments ayant été tous deux explorés tant dans le champ de l'économie que dans celui de la muséologie ou de l'anthropologie.

⁵⁶ Ces approches sont essentiellement anthropologiques et nous verrons *infra*, comment la valeur appréhendée dans son registre économique peut enrichir cette réflexion (voir *infra*, Chapitre 5, point 5.2.3 Co-construire la valeur, p. 360).

Appréhender la valeur de l'objet au prisme de sa circulation : le rôle du marché

C'est très certainement Raymonde Moulin qui lance les bases de l'analyse du marché de l'art en sociologie⁵⁷, avec son ouvrage *Le marché de la peinture en France* paru en 1967. Dans ce dernier, Raymonde Moulin, considérant le marché de la peinture en France après la Seconde Guerre mondiale, se donne pour objectif « l'analyse du prix des choses sans prix » (Moulin, 1967: 9), cependant moins pour déterminer la valeur de l'art que pour comprendre la relation entre l'artiste et son œuvre. Outre l'identification des causes du développement du marché, la définition de la figure du marchand et l'analyse du rôle de l'État, Raymonde Moulin observe que le marché est le lieu où s'opère la transmutation d'un bien culturel en marchandise (Moulin, 1967: 11), préfigurant ainsi le développement d'Appadurai et Kopytoff sur la « *commodity phase* ». Les conclusions de cette dernière – le prix du tableau n'est pas déterminé par l'addition des éléments du coût de production – sont reprises et développées dans ses travaux postérieurs. Dans ces derniers, Raymonde Moulin invite à appréhender les réseaux et systèmes de relations que l'objet traverse dans une approche économique :

« L'existence de l'œuvre d'art en tant que marchandise impose une dimension économique aux relations qui se nouent entre artistes, critiques, marchands, collectionneurs de tableaux et une logique particulière aux comportements de ces différents groupes d'acteurs » (Moulin, 1967: 492).

Elle met aussi en évidence l'interdépendance accrue entre le marché où s'effectuent les transactions et le champ culturel où s'opèrent l'homologation et la hiérarchisation des valeurs artistiques, et étudie les rôles des différentes catégories d'acteurs dans la construction de ces valeurs. Distinguant trois types de marchés (un marché des chromos, le marché des œuvres classées et le marché des biens en voie de légitimation), elle circonscrit cependant son analyse au marché de la peinture et à l'art contemporain dans un contexte français et elle note que cette interdépendance ne s'exerce pas forcément de la même manière dans tous les

⁵⁷ Avant dans d'autres domaines, par exemple en histoire de l'art avec Gérald Reitlinger (1961).

champs de l'art et dans tous les autres pays, où le rôle de l'État, notamment, peut parfois être très différent.

Finalement, l'analyse de Raymonde Moulin met en évidence le rôle important des ventes publiques et pose les bases des caractéristiques de ces lieux et de ces formes de transactions qui, selon elle, sont la sanction « la plus significative d'une œuvre d'art à un moment donné » (Moulin, 1967: 375). Elle insiste ainsi sur l'importance du marché dans la fixation des valeurs et sur les parallèles qui peuvent être faits entre le marché boursier et le marché de l'art, notant le développement depuis la Seconde Guerre mondiale d'une bulle spéculative concernant le marché de l'art contemporain, notamment. Ces constatations se retrouvent du côté des recherches en économie – ou adoptant une approche économique, comme celles en économie de la culture (Benhamou, 2011, Hutter et Shusterman, 2006), en économie des conventions (Dupuy; Eymar-Duvernay; Favereau[et al.], 1989) ou dans le champ des *valuations studies*⁵⁸ (Helgesson et Muniesa, 2013, Vatin, 2013) qui mettent toutes en évidence l'importance du marché de l'art dans la constitution des valeurs artistiques et culturelles.

Malgré un intérêt plutôt marqué pour l'étude du marché de l'art et ce dans différentes disciplines (économie, sociologie, anthropologie, histoire de l'art), peu de recherches se sont au final consacrées à la circulation de l'objet ethnographique et à ce marché en particulier. Christopher Steiner, avec *African art in transit* notamment (Steiner, 1991, 1994, 1995), est très certainement l'auteur à s'être penché sur le sujet de manière approfondie, mais son terrain en Côte d'Ivoire rend compte davantage des transactions ayant lieu en zones de production des objets qu'après leur arrivée en Europe ou dans les collections européennes. Raymond Corbey plus récemment, avec *Tribal art traffic* (Corbey, 2000), s'est penché sur la question de la circulation des objets ethnographiques après leur départ hors des zones de production, mais uniquement dans une approche historique couvrant le 19^e et le début du 20^e siècle. Sophie Cazaumayou, dans son analyse du marché de l'art océanien (2009), ne consacre que quelques pages aux transactions avec les

⁵⁸ Récemment revendiqué en tant que tel par certains chercheurs (voir la création de la revue *Valuation studies* en 2013), les recherches concernant l'(é)valuation des biens sont bien antérieures (Baumol et Bowen, 1966).

institutions culturelles. Estelle Fossey (Fossey, 2011) mentionne l'importance des liens entre musées d'ethnographie et marchés, mais ne s'arrête pas véritablement dans son analyse sur les enjeux de ces relations et s'attarde davantage sur le rôle du musée d'ethnographie dans la constitution du goût des collectionneurs. La seule contribution majeure qui peut être signalée est celle de Jonathan Benthall, *Ethnographic museums and the art trade* (1987), parue voici quelque temps déjà et focalisée uniquement sur le marché britannique. On peut déplorer qu'elle ne fasse que survoler – il s'agit d'un article de quatre pages seulement – les principaux enjeux des relations entre les musées et les marchés (représentés dans son analyse par les seules salles de ventes aux enchères) et qu'elle n'ait suscité aucun développement notable par la suite, tant du côté anglo-saxon que continental.

Finalement, la revue des productions scientifiques écrites sur le marché de l'art ne peut s'épargner de considérer les ouvrages traitant du trafic illicite des biens culturels ; ces dernières constituent en effet un pan important des recherches qu'ils abordent des affaires en particulier, la jurisprudence ou l'évolution des réglementations en la matière ou questionnent plus fondamentalement la propriété des biens (Fitz Gibbon, 2007) et les problématiques de sa conservation et de sa restauration dans les pays d'origine (Mayor; Négri et Huysecom, 2015). Je ne m'attarderai pas ici longuement sur les problématiques et les enjeux de ces ouvrages qui, intimement liés à l'histoire du développement des musées ainsi que des réglementations et des instances internationales, seront abordés *infra*⁵⁹ dans la partie historique relative.

La compréhension du marché de l'art et de son fonctionnement, de même que de son rôle dans la fixation des prix et la détermination de la valeur des biens, est donc une entreprise relativement récente et qui a vu des avancées significatives grâce à la combinaison d'outils tant économiques que sociologiques ou historiques. Ainsi, l'approche économique parfois trop négligée dans les

⁵⁹ Voir *infra* Chapitre 2, point 2.3.2 Reconfiguration du paysage juridique et institutionnel, p. 145.

disciplines de sciences humaines et sociales a permis d'intégrer la notion d'*utilité marginale*⁶⁰ dans la détermination de la valeur des objets d'art et de souligner l'exception que constituent les consommations artistiques à la loi de la décroissance de l'utilité marginale (Benhamou, 2011, Mairesse et Rochelandet, 2015). Il convient de remarquer que cette approche économique du bien artistique rejoint l'approche sociologique telle que l'applique Raymonde Moulin en postulant que les qualités intrinsèques de l'objet ne sont pas constitutives de sa valeur.

Cependant, l'approche économique ne s'est pas appliquée simplement à l'étude des marchés des biens culturels, à la circulation des objets ou au développement des industries culturelles, mais s'est surtout focalisée sur l'étude des institutions culturelles et du patrimoine immobilisé.

Appréhender la valeur de l'objet au prisme de son immobilisation : l'économie au musée

Une grande partie des recherches en muséologie ou en sociologie de la culture, ainsi qu'en économie de la culture, porte sur le rapport des institutions culturelles à l'argent et sur les implications économiques de la tendance de l'homme à immobiliser des objets et à leur accorder une valeur patrimoniale. Ces recherches s'orientent sur deux axes : la place des arts et de la culture dans l'économie en général (*l'art et la culture dans l'économie*) et le fonctionnement économique des institutions culturelles (*l'économie dans l'art et la culture*).

Au fil des développements des recherches en économie de la culture et de la constitution d'un corpus théorique cohérent et significatif, quelques chercheurs sont revenus sur les prémisses des analyses économiques sur l'art (Benhamou, 2011, Ginsburgh et Mairesse, 2012, Throsby, 2006) ; je ne m'attarderai donc pas longuement sur la « pré-histoire » (Throsby, 2006: 4) et l'histoire de l'économie de la culture et rappellerai simplement que les thématiques abordées peuvent

⁶⁰ Pour rappel, *l'utilité marginale décroissante*, exprimée pour la première fois par Bernouilli en 1738, se fonde non sur la valeur de production de l'objet (le coût des matériaux ou de la production), mais sur le besoin du demandeur à consommer le bien, ce dernier étant en recherche continue d'un équilibre entre l'utilité que lui apporte le bien consommé et le prix qu'il paye pour ce bien. Ainsi, ce principe postule que la consommation supplémentaire de chaque dose d'un bien a une utilité inférieure à la dose précédente et perd ainsi en valeur.

couvrir des domaines très vastes : le tourisme, la place de la culture dans le développement des villes et des régions, la législation et la fiscalité, les faux et les copies, la propriété intellectuelle, l'influence du numérique et des innovations techn(olog)iques, l'évaluation de la demande et des audiences, le marché du travail artistique et le *starsystem*, l'analyse des processus créatifs, du mécénat, du sponsoring, du marketing, de la philanthropie, etc.

Les analyses qui nous intéressent concernent plus particulièrement les recherches qui se penchent sur la définition d'un bien culturel ou artistique du point de vue économique et qui déterminent ainsi les typologies de biens concernés. Si aucune liste exhaustive de critères exclusifs ne crée le consensus aujourd'hui, notons que certaines caractéristiques peuvent quand même être citées pour mieux cerner la définition d'un bien culturel : il s'agirait donc d'un « bien d'expérience et de croyance, essentiellement non-rival et source d'externalités positives »⁶¹ (Mairesse et Rochelandet, 2015: 34), bien que la caractéristique principale soit très certainement son hétérogénéité et la flexibilité de sa catégorisation.

Un très gros pan de la recherche en économie de la culture analyse en outre le fonctionnement économique du musée (Grampp, 1989, Weil, 1983). Pourvus des caractéristiques particulières (institutions à but non lucratif, avec des missions et objectifs très divers, dépendants de systèmes publics variés, sans *output* définis clairement, etc.), les musées peuvent être approchés comme des entreprises ou des industries culturelles : gestion, budgets, bénéfices, produits, marché du travail, financements, etc.

Ainsi, les analyses économiques des musées qui se sont développées depuis les années quatre-vingt séparent souvent leur approche selon les différentes missions du musée ou les différents départements (expositions, collections, communication, recherche, etc.)⁶² et des approches plus ciblées analysent les implications économiques des différents pans muséaux. Pour exemple, la valeur économique

⁶¹ Fondée sur des outils économiques cette définition prend en compte le classement des biens selon leur *rivalité en usage* et leur *difficulté d'exclusion* ; les différentes connaissances que le consommateur possède du bien ; les *externalités* possibles. Cependant d'autres caractéristiques peuvent être ajoutées : la reproductibilité du bien, la propriété intellectuelle, la valeur non économique, les caractéristiques du marché du travail, comme le rappellent Mairesse et Rochelandet dans l'exposé de cette définition.

⁶² Par exemple, (Benhamou, 2003, Feldstein, 1991, Mercillon, 1977, Peacock et Godfrey, 1997, Pommerehne et Frey, 1980, Tobelem, 1990, 2010).

du bien immobilisé en collection a fait l'objet de la très récente parution de Luc Boltanski et Arnaud Esquerre. Ces derniers proposent de l'approcher comme une forme neuve de capitalisme et de processus d'enrichissement dans *La « collection » : une forme neuve du capitalisme. La mise en valeur du passé et ses effets* (2014). Comme Gell, Boltanski et Esquerre se demandent en quoi certains objets⁶³ fascinent les hommes au point d'être dotés de davantage de valeur que d'autres, et remarquent qu'un ensemble hétéroclite d'objets est traité comme s'ils occupaient tous le même plan :

« La fascination que ces objets sont supposés exercer tiendrait à une sorte d'*aura* qui les environnerait et qui leur conférerait un quelque chose d'*exceptionnel* les destinant à la jouissance d'une élite » (Boltanski et Esquerre, 2014: 8).

Les auteurs se proposent donc d'analyser ce processus d'enrichissement à savoir l'ensemble des « opérations dont les choses font l'objet en vue d'en accroître la valeur et d'en augmenter le prix » (Boltanski et Esquerre, 2014: 14). Ils passent ainsi en revue les modalités de mise en valeur des objets et les formes qui les rendent estimables, notant l'importance du dispositif narratif qui permet la sélection et la mise en avant des critères considérés comme pertinents. Ce dispositif est particulièrement visible selon lui lors de la circulation des objets et, comme Gell, Heinich, Espagne, Appadurai et Kopytoff avant eux, Boltanski et Esquerre s'intéressent particulièrement aux moments où les choses changent de main :

« C'est-à-dire quand elles sont échangées contre de la monnaie ou contre d'autres objets ou d'autres avantages, ou encore quand elles font l'objet de successions, voire de donations ou de dations, particulièrement à des institutions » (Boltanski et Esquerre, 2014: 21).

⁶³ Notons d'ailleurs que dans leur ouvrage *Enrichissement : une critique de la marchandise*, paru en 2017 et reprenant les principales thèses de leur article de 2014, Boltanski et Esquerre adoptent – dans la ligne de certaines traductions d'Appadurai et de Kopytoff – le terme controversé de « marchandise ».

Le prix est alors défini comme le résultat de la transaction opérée, une fois la circulation de l'objet terminée. La valeur est quant à elle le dispositif qui permet la légitimation du prix. Boltanski note que « la valeur, en tant que justification, est essentialiste. Elle fait référence à des propriétés supposées inhérentes à la chose mise à prix » (Boltanski et Esquerre, 2014: 22) et donc que les acteurs s'appuient sur des conventions et des points normatifs pour rapprocher, ordonner, légitimer les objets.

De façon générale, ces recherches mettent en exergue l'importance d'un canevas de connaissances dans le processus de légitimation d'un bien, de sa labellisation en tant que bien culturel ou artistique et de la définition de ses valeurs. Cet ensemble de connaissances constitue un cadre de références permettant de désigner les objets dignes d'intérêt et le degré d'intérêt que le système peut leur accorder. L'information et la connaissance sont donc reconnues comme des éléments centraux de la définition de la valeur.

1.2 PROBLÉMATIQUE

Traverser ces étapes de la production littéraire au sujet des objets ethnographiques et des musées d'ethnographie (naissance du champ de recherche, analyse des expositions, circulation de l'objet) nous a fait parcourir un grand nombre de problématiques, dont trois sont primordiales pour comprendre la direction de ce travail de recherche.

Premièrement, nous avons vu, tant dans les recherches en économie, qu'en ethnologie ou en histoire de l'art que la définition des objets concernés – qu'il s'agisse de façon large des biens artistiques ou culturels, ou de façon plus spécifique des objets ethnographiques – ne trouvait aucun consensus. Au contraire, les différentes analyses mettent en avant le caractère conjoncturel des définitions, qui dépendent tant des locuteurs, que des destinataires, des situations ou des principes de légitimation mobilisés. L'usage des termes pour désigner cet objet prend sens dans les relations entre les différents acteurs et se construit dans un jeu d'oppositions et d'échanges. L'intérêt de l'analyse repose dans la

compréhension de ces échanges et des statuts et définitions que l'objet endosse aux différents moments de sa *social life*.

Nous avons vu dans un deuxième temps l'importance de considérer la circulation des objets et leur(s) trajectoire(s) pour comprendre les différents sens, les évaluations, les systèmes dans lesquels ces derniers s'inscrivent et les représentations qui leur sont associées. Prônée tant dans les analyses sur les médiations de l'art que sur les études relevant de l'appropriation, de la resémantisation ou du transfert culturel, cette approche permet de trouver un juste milieu entre une focale totale et uniquement portée sur l'objet ou son évacuation complète du propos. Elle permet surtout de mettre en valeur les médiateurs – institutions ou personnes – situés entre la production et la consommation de l'objet : les musées et les marchés, « instances de régularisation de ces mondes » (Fossey, 2011), sont les principaux médiateurs des mondes de l'art.

Dans le cas des objets ethnographiques, les contacts entre ces deux intermédiaires existent depuis la fondation des musées d'ethnographie. Pourtant, leurs liens ont été particulièrement médiatisés et décriés au moment de la création du Musée du quai Branly-Jacques Chirac. C'est que le rapport de l'art et de la culture à l'argent est un sujet sensible ; de façon générale, ces rapports sont un tabou, comme le rappelle Aristote dans son *Ethique à Eudème* : « le savoir et l'argent n'ont aucune commune mesure »⁶⁴. Ce tabou se retrouve de façon prégnante dans le monde des musées, plus spécifiquement : nombreuses sont les directives, les réflexions ou les commentaires fustigeant les marchés et marchands d'art⁶⁵ et prônant une séparation totale entre institutions muséales et mondes de la finance. Attribuer un prix à l'art le dégraderait s'insurge O'Doherty :

⁶⁴ « épistémé kai krémata ouk éni metrietai » (Aristote, 2011: VII, 10, 31). Pour une analyse détaillée de ces relations complexes entre savoir et argent, voir Marcel Hénaff (2002).

⁶⁵ Comme l'expliquent Gob et Drouguet dans leur guide de la muséologie (2010: 174) « le marché de l'art et des antiquités est avant tout un instrument financier ; il n'a que peu à voir avec l'art ou le patrimoine » ; le code de déontologie de l'ICOM stipule que « les membres de la profession muséale ne doivent pas participer directement ou indirectement au commerce d'éléments de patrimoine culturel » (8.14) et que « les professionnels des musées ne doivent pas accepter d'un négociant, marchand, commissaire-priseur ou autre, des cadeaux ou libéralités, quelle qu'en soit la forme, [...]. En outre, ils ne doivent jamais recommander de manière particulière un marchand, commissaire-priseur ou expert à un membre du public » (8.15).

« Le modèle économique en vigueur depuis cent ans en Europe comme dans les Amériques est un produit, filtré par la galerie, proposé aux collectionneurs et aux institutions, commenté dans des magazines financés en partie par les galeries, puis charrié vers la machinerie universitaire qui fixe “l’histoire” et garantit ainsi, comme le font les banques, la valeur des avoirs déposés dans son principal entrepôt, le musée. L’histoire de l’art, en fin de compte, c’est de l’argent. C’est pourquoi nous n’avons pas l’art que nous méritons, mais l’art pour lequel nous payons » (O’doherly, 1976-1981: 146).

Le savoir, l’art et la culture sont considérés comme des choses de l’esprit, des activités nobles et valorisantes, alors que l’argent est souvent associé à la superficialité et à la cupidité vénale. En outre, le rapport au marché comporte un certain nombre de risques pour le monde muséal, tels que celui d’être associé au trafic illégal des biens culturels. Les musées, considérés comme temples de la connaissance, associés à une forme de vérité immanente qu’ils se doivent de transmettre sont donc bien avisés de se tenir à l’écart des marchés, lieux de décadence et d’avilissement de l’esprit ; ces deux médiateurs du même objet n’auraient rien en commun et rien à partager, bien pire : s’ils partageaient quelque chose autour du même objet, ce dernier se verrait automatiquement dévalorisé. Ce tabou est encore plus prégnant du côté des musées d’ethnographie⁶⁶ au sein desquels se retrouve une forme de culpabilité coloniale : souvent acquis par des voies éthiquement discutables, voire légalement condamnables, ces objets sont considérés comme un héritage qui « sera toujours à nous mais jamais notre patrimoine » (Hertz, 2002: 167). Les objets ethnographiques charrient dans leur sillage des relents coloniaux dont les professionnels de musées ne savent parfois pas toujours que faire. Le tabou entre argent et culture devient encore plus marqué comme le confirmait un chercheur du Musée de l’Homme :

⁶⁶ Nous verrons cependant comment il peut être nuancé, car circonscrit à certains contextes ou certains groupes de protagonistes.

« Les musées d'art ont souvent de très bonnes relations avec les marchands et les collectionneurs, même chose pour Guimet. Mais au niveau des musées des arts africain ou océaniens, il y a eu une détérioration. C'est peut-être spécifique à cette catégorie d'art ? Par rapport aux beaux-arts en général, il y a peut-être un sentiment de culpabilité ? Le Grand Occident colonisateur, pillier de patrimoine qu'on exploite : "faire de l'argent avec le patrimoine des pays du tiers-monde, c'est pas bien !". Il y a un côté moralisateur qui est très, très fort derrière. Pendant et après la décolonisation, il y a cette prise de conscience de "tout le mal qu'on a pu faire !" La publication en 1934 de *l'Afrique fantôme* de Michel Leiris et ses nombreuses rééditions sont l'un des marqueurs les plus significatifs de cette évolution »⁶⁷.

Cependant, ce tabou est mis à mal, comme nous l'avons vu, par la plupart des recherches en muséologie, en économie ou en anthropologie de l'art. C'est que marchés et musées s'attachent aux mêmes objets, attirent parfois les mêmes visiteurs et échangent régulièrement leurs idées des objets qui les intéressent. Il convient donc de se demander quelles convictions musées et marchés mobilisent sur les objets ethnographiques qui circulent entre leurs mains, quels types de valeurs leur sont attribuées et comment leur valorisation et leur légitimation se construit. Comment ces deux médiateurs de l'objet ethnographique se positionnent-ils dans ce contexte sensible du rapport de la culture à l'argent, souvent schématisé en des musées intéressés par les seuls aspects documentaires ou pédagogiques, et les marchés par les seuls aspects esthétiques et économiques ?

Leur(s) relation(s), bien qu'importante(s) dans les faits et reconnue(s) dans les milieux professionnels, n'a jamais fait l'objet d'une analyse ethnographique approfondie. Du côté muséologique, les achats et alliances que les musées tissent avec les marchés font partie du « projet muséal » (Mairesse, 2002) de chaque institution et définissent le positionnement du musée. L'objectif de cette recherche n'est pas d'étudier les échanges – et particulièrement les achats – pour comprendre les collections ou l'histoire des collections ethnographiques, mais de

⁶⁷ Extrait d'un entretien mené avec Manuel Valentin, chercheur au Musée de l'Homme, à Paris en septembre 2014.

considérer les trajectoires des objets ethnographiques pour comprendre les projets qui sous-tendent les différentes institutions muséales concernées et, plus largement, saisir le rôle et les perspectives du musée d'ethnographie aujourd'hui. Du côté marchand, bien que les fluctuations de prix et leur évolution aient été rapides ces dernières années, l'analyse des échanges avec les musées ne vise pas à définir la valeur monétaire de ces objets ni à savoir « combien ils valent réellement ». L'objectif est de considérer ces intermédiaires du champ comme tous deux acteurs de la construction de la valeur des objets et de voir cette dernière comme le résultat d'une relation, qu'elle soit de l'ordre de la collaboration ou de l'opposition.

Pour comprendre les formes de cette relation, cette recherche mobilise un grand nombre de concepts issus de disciplines différentes, comme nous l'avons vu durant notre parcours dans l'état de la recherche et de la littérature sur le sujet : artification, dispositif, régime de valeurs, agentivité, appropriation ont été traités et développés par l'anthropologie et l'ethnologie autant que par l'histoire de l'art, l'économie ou la muséologie. Il convient donc de s'interroger sur l'interdisciplinarité en jeu dans cette recherche et sur l'usage fait des disciplines mobilisées.

1.3 CADRE DISCIPLINAIRE

Deux grands cadres disciplinaires sont mobilisés dans cette recherche : l'anthropologie et la muséologie. Cette ambition s'accompagne cependant d'un certain nombre de problèmes, tant conceptuels que méthodologiques. Comment articuler les deux approches et concilier les spécificités épistémologiques de chacune ? Si l'interdisciplinarité permet de renouveler les cadres et les concepts, elle s'accompagne aussi de quelques pièges, dont le premier est de savoir ce que recouvrent les disciplines que nous sommes en train d'évoquer.

1.3.1 La socio-anthropologie de l'art

Si cette appellation rassemble à ses débuts les chercheurs qui développent une nouvelle approche du questionnement sur l'œuvre d'art en s'intéressant aux liens entre l'œuvre et la société (Francastel, 1970), rapidement, la réflexion se complexifie : considérant non seulement les rapports entre l'art et la société, des

chercheurs proposent d'envisager l'art *comme* une société (Bastide, 1977, Becker; Menger et Bouniort, 1988, Castelnovo, 1976) et dès la fin des années quatre-vingt les approches se multiplient. Il convient alors de préciser quelle est la perspective adoptée dans ce travail.

Le lecteur a peut-être été désorienté jusqu'ici par l'emploi quasi indifférencié des termes *ethnographie*, *ethnologie* et *anthropologie*. Si Benoît de l'Estoile rappelle que leur définition « tient à des raisons historiques complexes » (2007b: 15), j'ajouterais en outre qu'elle tient aussi à des raisons géographiques complexes et que tous les auteurs ne s'accordent pas sur les causes et enjeux de ces développements historiques et géographiques contraires. Benoît de l'Estoile considère par exemple que le terme « ethnographie » est d'un usage similaire, mais antérieur, à celui d'« ethnologie » ; « ethnologie » est quant à lui un terme utilisé en France pour désigner ce que les anglophones nomment « *cultural anthropology* » ou « *social anthropology* ». Selon lui, les musées français seraient donc d'« ethnographie », car antérieurs à la constitution de la discipline académique en tant qu'« ethnologie ».

Claude Lévi-Strauss avait quant à lui opéré une classification différente, faisant relever l'« ethnographie » de la collecte de données concernant un groupe social précis et l'« ethnologie » de leur analyse. L'« anthropologie », au sommet de cette pyramide disciplinaire, devait s'employer, par une approche essentiellement comparative, à dégager les grands principes communs aux différents groupes (Lévi-Strauss, 1974 [1958]). Selon cette vision, les musées seraient alors d'« ethnographie » car relevant des données de l'ethnologie, en particulier des objets. Nous voyons ainsi comment ces considérations épistémologiques influent sur la vision du rôle que le musée d'ethnographie devrait tenir, par rapport à la discipline académique elle-même, mais aussi dans la société en général.

Jean Bazin, dont l'œuvre entière est émaillée d'un questionnement sur la définition de l'anthropologie, ébranle à son tour cette classification lévi-straussienne :

« Il n'y a donc pas, comme on l'entend souvent dire ici ou là, d'une part, en bas, la foule des passionnés du concret, des reporters du vécu, et d'autre part, dans les combles sublimes mais un peu désertés, un dédale rébarbatif de "structures" et de "modèles" » (Bazin, 2008: 36).

Ce dernier se disait ethnographe et anthropologue, mais jamais ethnologue : pour lui, l'ethnologie renvoyait à l'*ethnos*, c'est-à-dire à des groupes considérés comme des entités cohérentes et isolées, et donc essentialisées. Il avait ainsi défini *l'hypothèse ethnologique* – par opposition à *l'hypothèse anthropologique* – comme le fait d'utiliser de manière explicative l'identité culturelle. L'ethnologie « explique les comportements des hommes par un facteur commun tiré de l'observation même de ces comportements » (Bazin, 2008: 19), ce qui revient à « expliquer la manière dont ils [les gens] agissent par la manière dont ils agissent » (Bazin, 2008: 21)⁶⁸. Bazin plaide pour une approche plus contextuelle et défend une « logique interne » des situations : les gens ne font pas certaines choses plutôt que d'autres *parce qu'il y a des règles* (je ne traverse pas la route parce qu'il y a un passage piéton), mais décident de mobiliser certaines règles plutôt que d'autres lorsqu'ils décident de faire une chose en particulier (lorsque je veux traverser la route, je décide ou non d'emprunter un passage piéton). La tâche du chercheur est alors d'observer et de décrire des situations et avec elles « "l'espace des possibles" à l'intérieur duquel les acteurs se meuvent d'une situation à l'autre dans un contexte historique donné » (Bazin, 2008: 15). Le chercheur « vise alors des logiques générales opératoires en tout temps » (*il est anthropologue*) « en s'appuyant sur l'analyse des situations effectives concrètes » (Bazin, 2008: 36) (*il est ethnographe*).

Ce rapide détour par les différentes désignations d'une même discipline nous rappelle que les questions épistémologiques sont au centre des problématiques

⁶⁸ L'exemple des grenouilles et des Français est resté la plus fameuse illustration de cet énoncé : « il est ethnographique de dire "des Français mangent des grenouilles" ; mais il est ethnologique de dire "ces gens mangent des grenouilles parce qu'ils sont français" » (Bazin, 2008: 10).

concernant les musées d'ethnographie et les objets ethnographiques, comme déjà brièvement évoqué *supra*⁶⁹.

En outre, les remarques opérées par Jean Bazin sur les tendances à l'essentialisation – les considère-t-on comme spécifiquement ethnologiques ou non – sont particulièrement prégnantes dans cette recherche : il est en effet difficile dans ce cadre de parler d'« ethnologie » d'un groupe spécifique, puisqu'une myriade d'acteurs gravitent autour de l'objet ethnographique et qu'il paraît saugrenu de parler de la culture des marchands d'art, comme d'une entité essentielle. Il ne s'agit pas, dans ce cas, d'étudier une classe, un groupe social, une ethnie ou une culture en particulier, mais l'entier des acteurs se retrouvant en *situation* avec cet objet spécifiquement.

Si les frontières entre ethnologie et anthropologie semblent floues en ce qui concerne les régimes d'analyse, les deux se fonderaient cependant sur la même entreprise méthodologique : décrire les situations et le point de vue des acteurs, comme le rappelle Jean-Pierre Olivier de Sardan dans ses réflexions sur les spécificités des régimes épistémologiques des sciences sociales :

« L'"émicité" et la "descriptivité" sont des propriétés fondamentales du travail anthropologique, qui témoignent, à travers des dispositifs d'enquête "qualitative" raisonnés, de ce que nos interprétations ont un ancrage empirique indéniable » (Olivier De Sardan, 2004: 44).

L'émicité et la descriptivité renvoient à la méthode de l'observation participante, dont Jean-Pierre Olivier de Sardan fait une spécificité de l'épistémologie anthropologique, par opposition à une autre discipline des sciences sociales : la sociologie, qui fonderait ses données davantage sur l'enquête par questionnaire (Olivier De Sardan, 1995). Cette démarcation est aussi opérée par Alfred Gell dans son ouvrage *Art and agency* (1998)⁷⁰. Cette séparation appelle un certain

⁶⁹ *Supra*, p. 47, nous avons vu comment la littérature autour de ce sujet était constituée en partie par les allers-retours entre productions académiques et productions muséales.

⁷⁰ Pour lui, la sociologie de l'art s'intéresserait davantage aux paramètres institutionnels de production, de réception et de circulation de l'art, dans une approche qu'il qualifie de

nombre de critiques qui se sont élevées tant du côté des sociologues que des anthropologues. Les deux parties se sont ainsi réclamées tant de l'étude des institutions que de l'étude des interactions et ont contesté la répartition d'une macro focalisation à la sociologie et d'une micro focalisation à l'anthropologie :

« Voilà une conception bien réductrice, ou bien datée, de la sociologie, et qui risque de froisser maints sociologues – dont je suis – attachés à une définition beaucoup plus large du domaine sociologique, incluant non seulement les institutions mais les interactions, et non seulement le réel mais les représentations » (Heinich, 2012a).

Les sociologues rappellent que la sociologie s'intéresse aux interactions, comme c'est le cas de l'interactionnisme ou de la sociologie pragmatique, et les anthropologues refusent d'être dépossédés de l'analyse des institutions. Les deux disciplines se rejoignent alors sur l'objet de la recherche ainsi que sur l'approche plébiscitée : celle-ci ne devrait pas être une analyse des significations des objets ou l'explication de leur(s) interprétation(s) symbolique(s) – comme l'ont opéré certaines approches de l'ethnologie de l'art et qui relèverait en ce sens davantage de l'histoire de l'art ou de la critique d'art – mais devrait s'intéresser essentiellement aux contextes et respecter certaines précautions, notamment dans l'analyse des objets ethnographiques :

« Il ne s'agit pas toutefois, en parlant de contexte, de "décrire le contexte de l'art non occidental afin de le rendre accessible à un public d'art occidental", comme se contente souvent de le faire l'anthropologie dans une démarche dont vous écrivez qu'elle est "certes louable" mais qu'elle n'a "rien d'anthropologique" (Gell [1998] : 5) ; il s'agit bien plutôt de prendre en compte les variations contextuelles de la relation esthétique, qui sont fondamentales dès lors que la "théorie anthropologique" se donne pour

« masse » : « L'anthropologie s'attache au contexte immédiat des interactions sociales ainsi qu'à leur dimension "personnelle", tandis que la sociologie se préoccupe davantage des institutions » (Gell, 1998: 9). Selon cette séparation, les sociologues s'intéresseraient aux caractéristiques institutionnelles et les anthropologues observeraient les contextes des interactions, même si Gell ne nie pas une continuité entre les deux approches.

mission d'"essayer d'expliquer les réactions des agents sociaux devant certaines œuvres d'art" (Gell [1998] : 5). » (Heinich, 2012a: 185).

Il est à mon sens peu pertinent d'effectuer une séparation entre sociologie et anthropologie de l'art ; l'approche adoptée dans ce travail inclut les institutions, mais aussi les interactions, et s'intéresse à des niveaux divers d'échanges sociaux, postulant que les fonctionnements institutionnels ne peuvent être séparés des fonctionnements des individus dont toute institution est composée. En outre, la méthode plébiscitée, comme nous le verrons *infra*⁷¹, s'inspire tant des méthodes développées par la sociologie que de la caractéristique méthodologique de l'anthropologie que constitue le terrain d'enquête. Elle relève ainsi d'une véritable socio-anthropologie s'intéressant aux contextes sociaux de production, de réception et de circulation des œuvres et non comme la description ou l'analyse d'œuvres en particulier.

À nouveau, cette perspective nous encourage à considérer les échanges d'objets et leurs cadres, plutôt que les objets pour eux-mêmes, et à montrer ce qui relève de la construction sociale lorsque les objets passent de mains en mains ou d'institutions à institutions. Selon cette théorie, l'art ne réside donc pas dans l'objet, mais dans le système d'actions produit autour de celui-ci. Cette approche considère que tout objet au cœur de ces relations peut être tenu pour de l'art. Cependant, ce relativisme poussé à son extrême annihile les limites permettant de poser le cadre d'une analyse. C'est aussi le reproche formulé par les tenants du *material turn* qui se développe dans les années quatre-vingt-dix : l'objet revient au centre de la définition de l'art. Schématiquement, deux approches coexistent alors : la première se focalise sur l'objet et considère ses caractéristiques comme indépendantes de la société et comme transcendant le temps et l'espace ; la deuxième se concentre sur les relations autour de l'objet, celles-ci pouvant être soit envisagées comme un objet naturel (comme le fait la sociologie critique dans une démarche scientifique objectivante) soit comme une construction humaine

⁷¹ Voir *infra*, point

3.3.1 Production des données, p. 196.

(telle que l'appréhende la sociologie constructiviste ou compréhensive dans une démarche tendant à la réflexivité).

Un binarisme remis en cause par Bruno Latour notamment qui, s'il n'évacue pas l'objet du propos, vise à sa réhabilitation par rapport aux approches post-modernes, essentiellement discursives et relationnelles. Il propose alors de transformer les objets en médiateurs, non seuls « suppôts des causes décidées par le sociologue (le marché, l'organisation, la différenciation sociale...), mais producteurs de principes, des moyens et des objets qui constituent un univers scientifique ou un monde de l'art, selon l'expression de Becker » (Hennion et Latour, 1993: 13). L'analyse de l'objet ne doit pas être complètement évacuée bien que l'homme ait sa part de responsabilité dans la construction de ce dernier en tant qu'art.

Mais de quel *objet* parle-t-on alors ? Des images ? Des œuvres ? Tout objet issu d'une entreprise figurative ? Hans Belting remet par exemple en cause le terme d'objet et plaide pour une anthropologie de l'image davantage que pour une anthropologie de l'art (2004: 18). Un grand nombre de chercheurs en socio-anthropologie de l'art s'inscrivent ainsi – comme Belting – davantage dans une anthropologie de l'image et du visuel que dans une anthropologie de l'objet. Philippe Descola va encore plus loin en proposant de parler d'une anthropologie de la figuration plutôt que d'une anthropologie de l'art, puisque ce dernier est en réalité une « mise en image » ou une « activité figurative » (Descola, 2009: 26). Il remet donc en cause la pertinence d'une discipline focalisée sur un objet dit *art* :

« Il existe certes un petit nombre de dispositifs figuratifs dont la distribution est à peu près universelle, et donc indépendante des ontologies localement dominantes – on peut notamment penser à la pictographie, comme art de la mémoire, à l'héraldique, comme instrument de différenciation, à la caricature ou au graffiti, comme appropriation ludique d'autrui ; mais si l'on excepte ces quelques modes transculturels, et aisément reconnaissables, de mise en image, tous les autres produits de l'activité figurative varient selon le type d'entité que cette activité donne à voir, selon le type d'agence dont ces produits sont investis, et selon les moyens par l'intermédiaire desquels ils sont rendus visibles » (Descola, 2007: 28).

Au cœur de cette approche de l'art se trouve la mise en image des représentations : l'art est alors vu comme la production ou la réception des représentations collectives ou individuelles, ce que développe aussi Hans Belting dans son anthropologie des images. Pour ce dernier, l'image est à entendre dans un sens large non circonscrit au visuel ou à une production picturale en deux dimensions, mais comme produit de la création et de la réception de représentations individuelles ou collectives ; Belting attire ainsi notre attention sur la difficulté à séparer strictement l'image prise comme message même ou comme médium de ce message, ainsi que la représentation comme produit de l'image ou comme réception de cette dernière (Belting, 2004).

Si ce rapide détour démontre toute la difficulté à limiter l'objet de la discipline-cadre de ce travail et en opère une déconstruction, il convient cependant de se rappeler que le concept d'art est quotidiennement utilisé dans les milieux qui nous intéressent : comme pour la définition de l'objet ethnographique, la solution à la définition du sujet passe alors par l'émicité, c'est-à-dire la prise en considération des points de vue des acteurs concernés. Suivant la méthodologie socio-anthropologique telle que nous l'avons définie *supra*⁷², l'art qui nous intéresse est alors tout art désigné comme tel par les acteurs d'un champ défini. Davantage que de désigner un objet spécifique (image, sculpture, performance...), la circonscription du sujet passe alors par la définition d'un monde considéré comme artistique par les acteurs de ce dernier.

En conclusion, la socio-anthropologie de l'art telle que je l'ai envisagée comme cadre de ce travail renvoie à quatre éléments : une méthodologie, un objet, une approche et des objectifs. Au centre de la méthodologie (qu'il conviendra de développer encore davantage, sur la base des caractéristiques du terrain) se trouve l'entreprise de description. Celle-ci s'opère sur un objet, qui selon l'approche envisagée, est *art* au sens où il est considéré comme tel par les acteurs d'un monde donné à un moment donné. Il s'agit d'une activité intellectuelle – faite de représentations individuelles et collectives – exprimée dans et par un médium à un

⁷² Voir *supra*, p. 77.

moment historiquement et socialement situé. Cette dernière caractéristique considère donc implicitement qu'« une chose puisse fonctionner comme œuvre d'art en certains moments et non en d'autres » (Goodman, 1977: 90). Cette approche tient compte autant des objets considérés comme artistiques que des systèmes d'actions et de représentations autour de ceux-ci. Elle envisage en outre autant l'objet comme construit par le social (*l'objet fait par le social*) que l'objet comme agent possédant un potentiel d'action sur le social (*le social fait par l'objet*). Les objectifs de l'analyse sont alors clairs : il s'agit non de comprendre les principes esthétiques d'une culture donnée mais de cartographier les relations nouées autour d'objets définis et de comprendre les réactions des agents sociaux devant ces objets ainsi que les principes mobilisés pour définir et légitimer ces réactions.

1.3.2 La muséologie

La muséologie est le deuxième cadre d'analyse dans lequel s'inscrit cette recherche. Cependant, elle est régulièrement remise en cause dans sa légitimité en tant que discipline scientifique et académique et les chercheurs – qu'ils se revendiquent muséologues ou non – ne s'accordent pas tous sur l'épistémologie de la muséologie, comme le rappelait Teresa Scheiner encore récemment (2016: 45) :

« Il semble y avoir encore des incertitudes concernant la nature de la muséologie comme forme de connaissance, aussi bien que sur son identité épistémique. Quelques-uns défendent l'existence de la muséologie en tant que champ disciplinaire, alors que d'autres l'identifient comme une forme particulière de réflexion philosophique ».

Le problème majeur réside, nous le voyons, dans la légitimité à considérer qu'il s'agit d'une discipline à part entière et, le cas échéant, à définir sa place tant dans le champ général des connaissances que dans le système académique. Quelle est la spécificité de la muséologie, quel est son objet d'étude et quelles sont ses méthodes ? Plus particulièrement, qu'est-ce que son approche et/ou ses méthodes

apportent à l'analyse des relations entre le marché de l'art et les musées d'ethnographie et une telle étude peut-elle se revendiquer comme muséologique ?

Le questionnement sur la nature de la muséologie est un *topos* récurrent de la production scientifique autour des musées⁷³ et l'ICOFOM (*ICOM International Committee for Museology*) se saisit régulièrement de la thématique pour tenter – si ce n'est de produire un consensus – de faire avancer la réflexion à ce sujet⁷⁴. De façon générale, la cartographie de la recherche en muséologie se polarise souvent en un front anglophone et un front francophone. Très schématiquement, l'approche anglophone – qui ne parle en général que peu de *museology* lui préférant le terme de *museum studies* – s'intéresse davantage aux considérations pragmatiques, et l'approche latine davantage à la théorie autour de l'institution muséale. Cependant, nous verrons que cette vision n'est parfois qu'une caricature. La muséologie peut être envisagée – et c'est certainement ce que sa terminologie laisse le plus entendre – comme la science étudiant le(s) musée(s). Elle s'ancre ainsi dans l'analyse d'un objet *a priori* clairement défini, comme le considérait Georges Henri Rivière :

« La muséologie : une science appliquée, la science du musée. Elle en étudie l'histoire et le rôle dans la société, les formes spécifiques de recherche et de conservation physique, de présentation, d'animation et de diffusion, d'organisation et de fonctionnement, d'architecture neuve ou muséalisée, les sites reçus ou choisis, la typologie, la déontologie » (Rivière, 1981).

⁷³ Voir par exemple Jean Davallon (1995), André Desvallées et François Mairesse (2005), Noémie Drouguet et André Gob (2010), Annick Meunier et Jason Luckerhoff (2012) ou Dominique Poulot (2005).

⁷⁴ Pour se faire une idée de la liste des papiers publiés sur la question par l'ICOFOM, voir l'article « muséologie » du Dictionnaire encyclopédique de muséologie de François Mairesse et André Desvallées (2011). Les colloques ont aussi été nombreux, comme par exemple « Politique et poétique de la muséologie », *40e Symposium international d'ICOFOM*, septembre 2017 ; « Qu'est-ce que la recherche en muséologie », *1ère journée d'étude des doctorants en muséologie de Paris 3*, janvier 2016 ; « Nouvelles tendances de la muséologie », *37e Symposium international de l'ICOFOM*, juin 2014 ; « Les lieux de la muséologie », *Séminaire de recherche de l'Université de Neuchâtel*, mars 2006 ; « Qu'est-ce qu'une recherche en muséologie », *colloque Recherches et Musées organisé par la Mission Musée et la Direction des Musées de France (ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, ministère de la Culture et de la Francophonie)*, 29-30 novembre et 1er décembre 1993, Dijon.

Cependant, considérer le musée comme l'objet de la muséologie soulève un problème majeur : il rend la discipline dépendante de la définition même du musée. Ce problème prend toute son ampleur lorsque l'on remarque que les débats sur la définition du musée existent depuis la création de l'ICOM (*International Council of Museums*) et n'ont jamais cessé depuis⁷⁵. C'est que la forme du musée change, selon les situations sociales, géographiques ou historiques : le musée est intimement lié à la société dans laquelle il s'ancre :

« Le musée se réinvente, se redimensionne, se multiplie dans les formes les plus inattendues. Il se dématérialise sous forme digitale, se déguise comme centre culturel, se réplique dans *Second Life*, se divise et se scinde en sous-matrices, devient nomade et atteint les confins de la planète. Il s'approche de tous : des campagnards en Chine aux paysans de Zambie, des Indiens d'Amazonie aux jeunes étudiants dominant, avec leurs téléphones et tablettes, le mode contemporain de la technologie » (Scheiner, 2016: 53).

Pour exemple, la définition de l'ICOM stipule que le musée « est une institution permanente sans but lucratif »⁷⁶. Cependant, définir le musée par son caractère institutionnel pose problème même dans la dimension opérative de la définition de l'ICOM (qui sert à déterminer les membres pouvant intégrer l'association), puisqu'elle se complète d'un *addendum* nécessaire pour mentionner toutes les structures ne remplissant pas exactement les conditions, mais pouvant être considérées comme membres de l'ICOM : écomusées, zoos, etc. Outre les aspects

⁷⁵ Voir les différentes définitions du musée établies par l'ICOM au fil des ans (disponibles en libre accès sur le site des archives de l'ICOM http://archives.icom.museum/hist_def_fr.html), ainsi que les définitions proposées par la *Museums Association* (<https://www.museumsassociation.org/about/frequently-asked-questions>) ou the *American Alliance of Museums* (<http://www.aam-us.org/about-museums>), et les publications synthétiques à ce sujet comme *Vers une redéfinition du musée ? (What is a museum ?)* sous la direction de François Mairesse et André Desvallées (2007).

⁷⁶ Selon la définition complète, que l'on peut retrouver dans sa dernière édition (2007) sur le site de l'ICOM, « Le musée est une institution permanente sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'homme et de son environnement à des fins d'étude, d'éducation et de délectation ». <http://icom.museum/la-vision/definition-du-musee/L/2/> [Consulté la dernière fois le 6 avril 2018].

pragmatiques relatifs au fonctionnement de l'ICOM, cette définition a des implications concrètes pour la muséologie, puisqu'elle détermine son objet d'étude comme étant une institution. La muséologie ne serait plus alors qu'une sous-branche de la sociologie qui étudierait une institution en particulier : le musée. On peut alors raisonnablement se demander pourquoi il existerait une discipline exclusivement consacrée à l'institution muséale, alors qu'il n'en existe pas pour d'autres institutions. C'est le constat qu'effectue Bernard Deloche dans son plaidoyer pour une muséologie contractuelle (Deloche, 2015: 86) :

« Mais alors qu'il n'existe pas de discipline autonome traitant de l'école, de l'hôpital ou de la prison, et seulement des disciplines relatives aux fonctions de ces institutions (la pédagogie, la clinique, la criminologie, par exemple), on s'attendrait normalement à voir se développer en parallèle – et à la place de la muséologie – une science générale de l'information et de la communication par des médias sensibles (dont fait partie le musée) ».

La muséologie ne peut avoir de grande légitimité académique en tant que science du musée et c'est peut-être ce qu'ont compris un certain nombre de chercheurs du Bloc de l'Est dans les années quatre-vingt, dont Zbyněk Stránský et Anna Gregorova, lorsqu'ils proposent de renverser le paradigme muséologique : selon ces derniers, la muséologie n'a pas pour objet le musée, mais un rapport spécifique de l'homme à la réalité, dont le musée ne serait qu'une émanation (Gregorova, 1980, Stránský 1980). Ainsi, le rapport entre muséologie et musée est inversé (Deloche, 2015) et, même si cela peut sembler paradoxal, l'objet de la muséologie gagne en stabilité tout en élargissant son champ :

« Stránský saw the object of museological knowledge as the study of a specific relationship between man and reality, which seems to be a much more stable object of research than the museum itself, as this institution is fairly recent in the history of mankind (no more than three centuries for the modern museum). This means, moreover, that older forms existed before the

museum, such as cabinet of curiosities, and that further forms would come into existence in the future »⁷⁷ (Mairesse, 2016: 29).

Ce qui est concerné ici n'est plus seulement le musée en tant qu'institution, mais le champ muséal, envisagé comme « une forme spécifique de notre relation à la réalité » (Deloche, 1985: 84). Même si tous les chercheurs ne considèrent pas la muséologie comme une discipline scientifique à part entière ou comme une aire autonome de recherche, la grande majorité s'accorde à penser que le « champ muséal » peut être un point de vue spécifique, une fenêtre particulière par laquelle observer la relation de l'homme à la réalité. Ainsi la muséologie peut se définir comme « l'ensemble des tentatives de théorisation ou de réflexions critiques portant sur le champ muséal », ou encore comme « l'éthique ou la philosophie du muséal » (Desvallées et Mairesse, 2011).

Les critiques habituellement faites à la muséologie en tant que discipline à part entière portent sur ses méthodes : elle n'a ainsi pas de méthode propre et Bernard Deloche rappelle qu'elle n'opère aucune modélisation (Deloche, 2015: 86). Cependant, le champ muséal se déployant de façon très large, les méthodes employées pour son analyse sont dépendantes des axes sur lesquels celui-ci s'étend⁷⁸. Ainsi, la méthode employée pourra autant relever de l'enquête historique ou de l'étude d'archives que du terrain ethnographique ou de l'enquête statistique.

La dernière définition retenue a pour avantage d'englober le musée en tant qu'institution et en tant que relation spécifique de l'homme à la réalité, ainsi que de considérer les différents objectifs prêtés à ces tentatives de théorisation du champ. Nous avons vu dans la définition donnée par Georges Henri Rivière que la

⁷⁷ « Stránský voyait l'objet de la connaissance muséologique comme l'étude d'une relation spécifique entre l'homme et la réalité, ce qui semble être un objet de recherche beaucoup plus stable que le musée lui-même, car cette institution est assez récente dans l'histoire de l'humanité (pas plus de trois siècles pour le musée moderne). Cela signifie, en outre, que des formes plus anciennes existaient avant le musée, comme un cabinet de curiosités, et que d'autres formes pourraient apparaître à l'avenir ».

⁷⁸ Différents domaines ou axes de recherches peuvent être définis : les fonctions, les publics, les dispositifs ; les approches historiques, sociologiques ou communicationnelles, etc.

muséologie était considérée comme une science appliquée ; la muséologie est alors une théorie élaborée en vue d'une pratique.

Si l'aspect appliqué de la muséologie ne peut être complètement nié, il me paraît dommageable de laisser de côté la richesse théorique d'une réflexion sur le rapport de l'homme à la réalité et il m'a semblé en ce sens adéquat de traiter les deux pans de la définition de la muséologie dans cette recherche : le musée, en tant qu'institution – son rôle, son fonctionnement et sa place dans la société – et le musée en tant que manifestation sensible du rapport de l'homme au réel. Dans notre cas, cette approche présente en outre l'intérêt de toucher aux représentations collectives et individuelles et n'est donc pas sans évoquer la perspective de la socio-anthropologie de l'art telle que nous l'avons définie *supra* : un rapport de l'homme à son environnement et à la réalité, s'illustrant dans des objets – ou des images au sens large – reflet des représentations individuelles et collectives. Le croisement entre ces deux approches semble alors pouvoir générer un terreau conceptuel, méthodologique et analytique fertile : la muséologie focalise, avec son positionnement très particulier qu'aucune autre discipline ne propose, sur une relation très spécifique entre les objets et leurs publics, une relation au cœur de ma problématique de recherche.

1.3.3 La fiction, au carrefour des perspectives

« L'"esprit de géométrie", pour parler comme Pascal, voudrait que tout classement des disciplines revienne à ériger des barrières au-delà desquelles on s'expose à perdre son âme » (Dufrière et Taylor, 2007: 8).

Comment concilier ces deux cadres disciplinaires ainsi définis : la muséologie, envisagée comme l'analyse d'un rapport spécifique de l'homme à la réalité, notamment par le médium muséal, concerne davantage l'objet immobilisé et la mise en place de dispositifs statiques (collections, expositions, etc.) ; la socio-anthropologie de l'art, envisagée comme l'analyse du rapport de l'homme à la figuration, approche l'objet dans la dynamique de circulation (trajectoires, échanges, etc.).

L'interdisciplinarité dans le domaine de l'art ou des sciences sociales n'est pas une idée nouvelle. Les analyses tendent de plus en plus à souligner l'hétérogénéité des recherches menées, la multiplicité des points de vue et l'absence de plus en plus marquée de majeure chez les jeunes chercheurs⁷⁹. L'interdisciplinarité se retrouve parfois plus facilement entre certaines disciplines, comme l'anthropologie et l'histoire de l'art, par exemple, et permet un enrichissement théorique et méthodologique notable en suscitant de nouveaux questionnements⁸⁰. Le même constat peut être opéré, en ce qui nous concerne, sur le croisement entre anthropologie et économie, par exemple. En muséologie, l'interdisciplinarité est encore plus fortement présente, tant dans les recherches que dans la formation, puisque sa genèse, son histoire et ses méthodes favorisent davantage une approche par champ – le champ muséal – que par discipline. Ces contacts permettent donc de riches renouvellements et évitent l'engluement dans des plis disciplinaires. Cependant, si cette vision plaide pour une louange des « âmes errantes », puisqu'ayant traversé les barrières disciplinaires telles que les envisageait Pascal, il serait dangereux d'oublier que l'interdisciplinarité présente un certain nombre de problèmes et d'écueils : les rapports entre disciplines peuvent aussi souvent être conflictuels, voire « cannibales ». C'est qu'entre pluri-, trans-, inter- et multi-disciplinarité, les possibilités d'assemblages sont variées et peuvent générer une forme d'inconfort qui alerte alors : comment utiliser ces disciplines les unes par rapport aux autres ? Nous avons effectivement vu que la muséologie souffrait d'un manque de méthodologie propre, alors qu'au contraire, l'anthropologie se

⁷⁹ Voir par exemple Jean-Michel Besnier et Jacques Perriault (2013) ; Veronica Boix Mansilla (2006) ; Alain Caillé (11 juin 2009) ; Daryl Chubin, Alan Porter [et alii] (1986) ; Frédérique Darbellay et Gloria Origggi (2010) ; Robert Frodeman, Julie Klein [et alii] (2010) ; Bernard Lepetit (1990) ; Pamela Mitchell (2005) ; Edgard Morin (1994) ou Bernard Valade (1999).

⁸⁰ Le croisement entre anthropologie et histoire de l'art a notamment permis à l'anthropologie de revenir sur les œuvres et à l'histoire de l'art de revenir aux représentations, comme le rappellent Anne-Christine Taylor et Thierry Dufrêne (2007: 9) : « Le retour des anthropologues à une prise en compte des artefacts comme vecteur de sens, et – même mieux – comme “agents” (Alfred Gell) les rapprocha des historiens de l'art. Ces derniers, basculant pour leur part d'un savoir positiviste sur l'objet vers un savoir sur les croyances et les représentations qui s'attachent aux œuvres en amont (au moment où elles sont commandées et conçues) et en aval (lors de la réception), ont quant à eux opéré une conversion à une histoire socialisée des processus artistiques, beaucoup plus acceptable pour les anthropologues "culturalistes" ».

définissait épistémologiquement en grande partie par sa méthode⁸¹. Il convient donc d'être attentif à ne pas transformer l'anthropologie en un simple outil méthodologique au service d'une analyse muséologique : ainsi approchée, l'anthropologie serait réduite à une simple « boîte à outils » dans une perspective d'empilement des techniques et de juxtaposition ; à l'inverse, circonscrire la muséologie à une analyse anthropologique du musée la relèguerait à une simple sous-discipline socio-anthropologique. L'ambition de ce travail est d'opérer un véritable croisement, tant théorique que méthodologique, afin d'enrichir mutuellement les approches et mettre en relief les points d'accroches.

Le recoupement le plus pertinent entre deux cadres disciplinaires se trouve très certainement sur le plan théorique : l'objet, considéré par la socio-anthropologie de l'art, est un support des représentations et créateur de lien social ; pour la muséologie, il est un élément du champ muséal, médium du rapport entre l'homme et la réalité. Ainsi, les deux disciplines nous permettent d'appréhender les représentations individuelles et collectives de la réalité par l'intermédiaire de l'objet. Ce rapport à la réalité ne peut s'envisager sans tenir compte du rapport à la connaissance et aux savoirs ; nous touchons ici à une forme d'anthropologie de la connaissance, transversale à la socio-anthropologie de l'art et à la muséologie telles que nous les avons envisagées *supra*. Ainsi, Benoît de l'Estoile note au sujet ses analyses d'expositions ethnographiques (2007b: 24) :

« L'anthropologie du musée est donc aussi une contribution à une anthropologie de la connaissance, qui analyse les catégories et pratiques qui nous permettent de "mettre en ordre" les univers naturels et sociaux dans lesquels nous vivons et de leur conférer un sens ».

C'est qu'au-delà des musées et des objets, de l'analyse des valeurs conférées aux objets, des savoirs transmis et véhiculés à leur propos et des dispositifs développés pour et par eux, il s'agit d'interroger nos conceptions de la réalité et

⁸¹ Voir *supra*, p. **Erreur ! Signet non défini.** et p. 85.

de l'altérité, leurs changements et transformations et la gamme de pratiques développées en lien avec ces conceptions.

Il est intéressant de noter que ces représentations – images selon Hans Belting (Belting, 2004) – peuvent être appréhendées comme des formes de fiction(s) produites par l'homme pour discipliner son environnement. L'étude des fictions est au centre de cette recherche : celles construites autour des objets, mais aussi celles produites par les expositions du côté des institutions muséales et celles produites par les récits ethnographiques, tel que l'ont montré les analyses post-modernes en anthropologie.

Si différents niveaux de fiction interviennent dans cette analyse, notons qu'ethnologie et muséologie se retrouvent sur un point important : paradoxalement, toutes deux participent, tout en créant de la fiction, à déconstruire les images et représentations produites par l'homme. Ainsi, comme le note Jaques Hainard (2005: 371), l'ethnologue démonte et met en pièces des mécanismes, seule façon de les comprendre et de les expliciter. La muséologie n'a pas d'autre objectif, et c'est très certainement dans ce paradoxe entre création et déconstruction de fiction(s) que j'ai trouvé l'intérêt de ces recoupements.

CHAPITRE 2 : HISTORIQUE

Si cette recherche s'ancre dans le présent, il est important de ne pas négliger certains aspects historiques, même si ces derniers ont été déjà analysés sous différents angles⁸², bien davantage d'ailleurs que la situation présente. Il convient de rappeler les jalons essentiels du développement d'un marché de l'art spécifique aux objets africains et océaniens, du développement des musées d'ethnographie et des grands changements qui sont intervenus en leur sein, ainsi que de l'évolution des liens entre les musées et les marchés au fil du 20^e siècle. Cet historique est essentiel pour, d'une part, comprendre la structure du système actuel et, d'autre part, saisir les références et les enjeux de ces références lorsqu'elles sont établies par les acteurs du champ aujourd'hui. En effet, comme le rappelait Bourdieu (1980: 218) :

« Une des propriétés les plus fondamentales des champs de production culturelle réside précisément dans le fait que les actes qui s'y accomplissent et les produits qui s'y produisent enferment la référence pratique (parfois explicite) à l'histoire du champ ».

Connaître le passé nous permet donc « d'y trouver d'une part les racines du présent que nous vivons, d'autre part les exemples auxquels se réfèrent implicitement, dans leurs attitudes et leur comportement, les acteurs aujourd'hui » (Moulin, 1967: 46). Ainsi, comme le préconise Raymonde Moulin, cet historique ambitionne non de retracer factuellement les principales dates du champ (pour cela le lecteur pourra se référer à la chronologie fournie en annexe⁸³) mais à trouver les racines de ce présent et les exemples auxquels se réfèrent les acteurs du champ, tant du côté du développement du marché que de celui des musées d'ethnographie.

⁸² Voir la revue de littérature *supra*, Chapitre 1. Pour des perspectives particulièrement historiques, voir (Corbey, 1999, 2000, Penny, 2002).

⁸³ Voir l'annexe 2.1 : chronologie.

Pour ce faire, j'ai pris en considération, d'une part, un axe chronologique et, d'autre part, un axe thématique en tenant compte autant des éléments qui semblaient pertinents à l'analyse que des éléments considérés par les acteurs comme fondamentaux pour le champ. Trois jalons chronologiques structurent ainsi cet historique : l'arrivée des objets en Europe et leurs premières monstrations, en ventes publiques ou en expositions, puis l'essor de l'intérêt pour ces objets à partir des années vingt et finalement la reconfiguration juridique et institutionnelle qui s'opère après la Seconde Guerre mondiale.

Ces trois étapes sont traversées par un certain nombre d'axes thématiques communs repris en bilan de ce chapitre : tout d'abord, la construction d'un récit quasi mythologique autour de certaines personnalités ou de certaines étapes du développement des marchés ou des musées ; deuxièmement, les relations des protagonistes avec les institutions sœurs d'autres champs artistiques ; finalement, les enjeux géographiques et politiques de la structuration des musées et de la définition des « projets muséaux » de chaque institution.

2.1 LES PRÉMICES : DE L'ARRIVÉE DE L'OBJET À LA PREMIÈRE VENTE

Les objets ethnographiques arrivent en Europe de façon anecdotique avec les premières découvertes au 15^e siècle⁸⁴, puis de manière régulière avec les expéditions au 17^e siècle et, conséquemment, s'intégreront dans des dispositifs de monstration des objets curieux ou déclarés comme dignes d'intérêt : des premiers cabinets de curiosités aux grandes expositions universelles, internationales ou coloniales du 20^e siècle. Je ne m'arrêterai pas davantage sur les cabinets de curiosités : de nombreux chercheurs se sont déjà penchés sur leur développement ainsi que sur la place des objets ethnographiques dans l'organisation de ces derniers (Corbey, 2000, Findlen, 1994, Griener, 2010, Pomian, 1987), et ces premiers instants sont peu cités par les acteurs du champ qui se focalisent

⁸⁴ Notamment les objets des Amériques, comme le manteau de Moctezuma potentiellement rapporté par Hernan Cortes au début du 16^e siècle qui est mentionné dans la collection de l'Archiduc Ferdinand II du Tyrol en 1596. Du côté des objets africains, les ivoires commandées par les Portugais en Sierra Leone et en Guinée arrivent en Europe dès le 15^e et le 16^e siècle.

généralement sur le temps de la reconnaissance. Celui-ci n'intervient que dans les années trente, avec les premières expositions en musées, avec des ventes aux enchères particulières et avec le développement de galeries consacrées à l'art africain et océanien. Cependant, il m'a paru pertinent de m'arrêter brièvement sur les premières transactions et présentations de ces objets, sur la façon dont les marchés vont se structurer et les musées se fonder, en général ou pour ces objets en particulier. Comment, lors de leur arrivée, les objets ethnographiques trouvent-ils – ou créent-ils – leur place parmi les autres objets déjà en circulation et en monstration en Europe ?

2.1.1 Les expositions universelles : à la source du marché et du musée

Les expositions fleurissent, dès la fin du 18^e siècle pour les expositions nationales et dès 1851 pour les expositions universelles. Elles offrent non seulement une vitrine de premier plan pour les objets ethnographiques, mais favorisent aussi la structuration des circuits de distribution des objets des colonies vers l'Europe. En outre, ces expositions touchent un public large et varié et participent ainsi à la naissance de la « négrophilie »⁸⁵, un engouement pour l'exotique qui n'est pas étranger aux premiers intérêts pour les objets ethnographiques.

Les expositions universelles ou internationales sont souvent le déclencheur de nouveaux musées en France et en Belgique. Ainsi, le Musée du Cinquantième de Bruxelles est construit pour l'Exposition nationale de 1880 et l'actuel Musée royal de l'Afrique centrale à Tervuren est issu de l'Exposition internationale de 1897 à Bruxelles. Le roi Léopold II profite de l'organisation de l'exposition pour présenter une section sur le Congo belge. Pour cette occasion, le Palais des Colonies est construit à Tervuren et un village congolais constitué de cases se tient dans le parc alentour. À la suite de l'exposition, le roi décide de maintenir le Palais des Colonies et cette section coloniale à Tervuren et le transforme en Musée du Congo belge en 1898, à la fois musée et institut de recherche.

⁸⁵ Voir Archer-Straw (2000). Comme pour l'adjectif *art nègre*, dont nous avons vu la définition englobante *supra* (p. 29), la négrophilie inclut une passion pour l'exotique en général : si c'est l'Afrique qui semble le plus représenté dans l'imaginaire, cette passion englobe aussi l'Océanie ou les Amériques.

Du côté français, si Edme François Jomard milite pour la création d'un musée d'ethnographie à Paris dès le début du 19^e siècle (Jomard, 1831, 1845), c'est grâce à Ernest-Théodore Hamy et à l'Exposition universelle de 1878 que le Musée d'ethnographie du Trocadéro, de son nom officiel Muséum ethnographique des missions scientifiques, est inauguré en 1880. Les collections hétéroclites rassemblent des objets de diverses provenances, la plupart issus de collections privées réunies par Ernest-Théodore Hamy pour l'exposition temporaire présentée lors de l'Exposition universelle. A ceux-ci viennent s'ajouter les objets du Musée de la Marine puis de diverses autres institutions⁸⁶. Dans sa publication de 1890 intitulée « Les origines du Musée d'ethnographie », Hamy expose les principes muséographiques du Musée du Trocadéro : une classification associant biologie et ethnologie, inspirée des musées d'histoire naturelle, et fondée sur l'utilité de chaque objet, comme le préconisait Jomard dans son modèle de classification élaboré en 1830⁸⁷.

Les expositions universelles en tant que dispositif de monstration des objets sont donc un des ancêtres des musées d'ethnographie. Elles avaient des objectifs plus ou moins avoués dont il est intéressant de se souvenir ; nous en retrouverons quelques-uns en filigrane dans les développements futurs des musées d'ethnographie ou des expositions d'objets ethnographiques⁸⁸. Le premier de ces objectifs est de montrer la création et l'exploitation des colonies ainsi que l'extraction des richesses qui en résulte. Il ne faudra qu'une poignée d'années pour que l'exhibition des richesses se mue en présentation de la supériorité technique et sociale du colon sur le colonisé⁸⁹. Le second objectif, étroitement corrélé, est de faire connaître aux citoyens, mais aussi aux potentiels concurrents étrangers, les populations assujetties et les progrès, tant sociaux qu'industriels,

⁸⁶ Voir l'annexe 2.2 : histoire des collections ethnographiques françaises.

⁸⁷ Pour un développement plus conséquent de l'histoire du Musée d'ethnographie du Trocadéro, voir Nélia Dias (1991) et Nina Gorgus (2003).

⁸⁸ Ces objectifs ont été développés plus longuement dans un travail antérieur de mémoire de recherche, voir Audrey Doyen (2012).

⁸⁹ « Des casse-têtes, des tam-tam, des fétiches hideux. Voilà donc d'où partent les hommes pour en arriver à notre industrie, à nos arts, à nos croyances » pouvait-on lire dans un commentaire sur des objets provenant des colonies françaises (Collectif, 1983: 46).

que cet assujettissement leur permet d'atteindre. L'exposition universelle a donc une vocation profondément didactique et pédagogique. Finalement, le dernier objectif de ces expositions est de l'ordre du plaisir : non content d'éduquer, les expositions universelles sont aussi, et presque surtout, présentées comme des lieux de divertissement. Les objets instruisent et cultivent, mais, finalement, leurs dispositifs doivent aussi amuser.

Ces expositions prennent donc fortement en considération leur public et tentent de concilier pédagogie et plaisir, une association que nous retrouvons tout au long du développement des musées d'ethnographie. En outre, les expositions universelles ont une caractéristique qui, si elle s'efface aux premiers temps des musées d'ethnographie, retrouve toute sa splendeur par la suite : une focalisation accrue sur le caractère temporaire des expositions.

Les expositions universelles sont un lieu de monstration des objets et sont à l'initiative de nombreuses créations de musées ; il est donc aussi intéressant de se demander si, lieux de rencontres et d'échanges, elles ne créent pas un embryon de marché pour les objets qu'elles présentent. On sait que la vente directe d'objets était interdite sur certaines expositions, par exemple à Paris en 1851 ou à Genève en 1896 (Expositions et Coloniales, 1937, Sardi et Zimmerman, 1985). Cependant, il existe parfois au sein de l'exposition un bureau de vente officiel, qui freine la vente massive, mais qui permet quand même la circulation de certains objets.

Les expositions universelles réunissent donc en leur sein présentation et vente des objets. Avant que ne se développe une demande spécifique aux objets ethnographiques sur les marchés, elles participent au développement du goût et de leur présence en Europe. Cependant, la vente dans ces lieux étant limitée, il serait précipité de les considérer comme les précurseurs du marché de l'art africain et océanien. En effet, les objets trouvent d'autres circuits beaucoup plus aisés pour se disperser, notamment les ventes aux enchères. N'intégrant que quelques objets

dans des lots divers au début du 19^e, les ventes aux enchères se spécialisent peu à peu, suivant l'intérêt grandissant du public pour l'art africain et océanien.

Si les expositions universelles sont un élément déclencheur de la fondation⁹⁰ d'un grand nombre de musées d'ethnographie, de multiples facteurs entrent en compte dans la création et le développement de ces musées. La Suisse, par exemple, fait figure d'exception dans ce lien entre expositions et musées, comme nous le verrons *infra*. En outre, la fin du 19^e siècle et le début du 20^e siècle voient aussi, parallèlement aux nombreuses expositions universelles, l'institutionnalisation de l'ethnologie comme discipline scientifique. L'ethnologie s'est en effet développée de façon significative grâce aux musées, véritables lieux d'essor de la recherche scientifique dans le domaine. Si des sociétés ethnologiques existent avant 1925, c'est à cette date qu'est fondé l'Institut d'ethnologie de Paris qui prendra ses quartiers dans le Musée d'ethnographie du Trocadéro ; sa fondation coïncide avec le début des premières ventes aux enchères françaises entièrement consacrées à des objets ethnographiques en 1925, témoignant d'un essor de l'intérêt porté à ces objets de tous côtés.

2.1.2 La structuration du marché : l'influence de l'art oriental et de l'archéologie

Avant que cet essor ne se déploie à partir de la fin des années vingt, les premières ventes se font majoritairement parmi d'autres objets, dans des lots de ventes aux enchères du 19^e, généralement intitulées « curiosités » ou « divers ». Les objets ethnographiques ne développent en effet pas directement à leur arrivée en Europe au 17^e siècle un marché qui leur est spécifique.

Des dénominations plus précises font peu à peu leur chemin dans les annonces des ventes, comme cette vente de 1892 annonçant « des objets ethnographiques de Nouvelle-Guinée » (Cazaumayou, 2009: 72). La vente en 1898 des pièces du Bénin, issues de l'expédition punitive menée par les Anglais en 1897, semble être la première vente aux enchères publique d'objets exclusivement africains, mais

⁹⁰ Mais aussi des transformations des musées d'ethnographie, puisque c'est à la suite de l'exposition universelle de 1937 que le Musée d'ethnographie du Trocadéro devient le Musée de l'Homme.

les ventes consacrées spécifiquement à l'art africain ou océanien restent rares jusqu'en 1925. Avant que ne se déroulent des ventes constituées d'objets considérés comme appartenant à un ensemble cohérent, les objets s'insèrent schématiquement dans deux catégories artistiques existantes : les antiquités et l'art oriental. Ces deux catégories illustrent les deux premiers critères prodiguant de la valeur aux objets ethnographiques : leur ancienneté et leur non européenne.

La mise en exergue du critère d'ancienneté, par l'intégration des objets ethnographiques dans cette catégorie déjà existante sur le marché, perdure tout au long du 20^e siècle : elle devient un critère majeur de la constitution de la valeur des objets et de nombreux marchands d'art africain et océanien se définissent au cours du 20^e siècle et aujourd'hui en tant qu'antiquaires, ou ont fait leurs premiers pas sur le marché des antiquités avant de se consacrer aux objets ethnographiques⁹¹.

La « non occidentalité » de l'art africain et océanien a été rapprochée de celle de l'art oriental, qui fut la deuxième catégorie artistique à intégrer des objets ethnographiques. Le marché de l'art oriental est en effet déjà bien établi au 19^e siècle : il possède ses propres experts et spécialistes, ses propres ventes, ses collectionneurs et ses marchands, est présenté depuis le milieu du 19^e dans les expositions universelles, et trouve son lieu d'exposition avec le musée Guimet, fondé à Paris en 1889. Ainsi, de nombreuses annonces de ventes et d'expositions d'art africain et océanien sont reliées explicitement à l'art oriental⁹² et les premiers experts des objets ethnographiques sont très souvent d'anciens spécialistes de l'art oriental⁹³.

C'est à ces catégories préexistantes – les antiquités et l'art oriental – que sont rattachés les objets ethnographiques au moment de leur arrivée en Europe.

⁹¹ Comme Webster, antiquaire qui publie une trentaine de catalogues entre 1895 et 1901, ou Charles Rotton sur lequel nous reviendrons *infra* (point 2.2.3 Paul Guillaume et Charles Rotton : les « innovateurs-découvreurs », p. 128).

⁹² Par exemple, la vente des pièces ethnographiques de Charles Vignier en 1913 ou l'exposition à la galerie Devambez en 1919 atteste des volontés de relier tout objet ethnographique à l'art oriental.

⁹³ Tel André Portier, ancien spécialiste de l'art oriental et expert de nombreuses ventes aux enchères.

Cependant, bien que ces catégories fournissent des structures de marché et des procédures de vente et d'achat, celles-ci sont principalement basées sur des critères liés à l'histoire de l'art occidental : certaines spécificités de l'art africain et océanien doivent alors être prises en considération et une forme de bricolage s'effectue. A cette époque, le marché se structure et se développe principalement en Grande-Bretagne, en France et en Belgique (Fossey, 2011). Cette configuration historique détermine l'évolution des marchés tout au long du 20^e siècle.

2.2 À PARTIR DES ANNÉES 20 : UN INTÉRÊT REDOUBLÉ

Les années vingt sont un temps fort, tant pour le développement du marché que pour celui des musées d'ethnographie. Cette période a marqué le champ et est régulièrement remobilisée par ses acteurs pour plusieurs raisons : le développement des ventes aux enchères et des catalogues illustrés, l'essor des collectes des musées d'ethnographie et finalement, la naissance de figures importantes du marché de l'art ainsi que la place grandissante des galeristes dans le champ à cette période.

2.2.1 La documentation des pièces : l'essor des ventes aux enchères

Parallèlement aux ventes aux enchères, des galeristes et des marchands se spécialisent dans les objets ethnographiques : Oldman, Umlauff et Speyer sont certainement les marchands de la fin du 19^e et du début du 20^e les plus reconnus et les plus cités par les acteurs du champ⁹⁴, la plupart du temps grâce aux illustrations qu'ils ont laissées des objets qu'ils vendaient : l'Anglais William Oldman s'est rendu célèbre, voire indispensable, par l'édition mensuelle entre 1903 et 1914 de ses catalogues, aujourd'hui devenues de précieuses archives de l'histoire des collections⁹⁵. L'Allemand I.F.G Umlauff était quant à lui connu pour les photographies d'objets qu'il envoyait de par le monde ainsi que pour sa conception peu différenciée de musée et de galerie : il avait lui-même intitulé sa

⁹⁴ Par exemple, le Café tribal de *Parcours des Mondes 2016* présentait l'ouvrage de Hales et Kevin Conru (galeriste) sur William Oldman (vidéo du café disponible à l'adresse suivante : <https://www.youtube.com/watch?v=Xemyxnzqkos> [consulté pour la dernière fois le 6 avril 2018]).

⁹⁵ Les cent-trente catalogues ont été réimprimés en 1976 sous le titre *Illustrated catalogue of ethnographical specimens*.

propre entreprise « Museum Umlauff ». Son « musée » avait vendu au Musée de l'Université de Pennsylvanie en 1912 plus de 2 000 objets africains collectés par Leo Frobenius (Corbey, 2000: 49). Le patronyme d'Arthur Speyer, finalement, est connu pour les triples individus qu'il désigne : les Speyer sont, en effet, à la fin du 19^e et au début du 20^e, marchands de père en fils sur trois générations. Nombreux sont les musées et les collectionneurs à avoir eu entre leurs mains les photographies des séries d'objets exposés, numérotés et légendés sur des feuillets annexes par la dynastie Speyer, et constituant de véritables catalogues de ventes, comme ceux d'Umlauff et d'Oldman.

Le marché se développe donc peu à peu et la première vente spécifiquement catégorisée en tant qu'« art primitif » a lieu à Paris en 1925. Dès ce moment, le nombre de ventes ne cessera de croître, d'abord timidement, puis de façon exponentielle.

Les ventes d'Henri Pareyn à sa mort en 1928, ainsi que les ventes Breton et Eluard en 1931 constituent durant ces années les jalons les plus fréquemment mis en exergue dans l'histoire du champ. Il s'agit en effet pour la vente Pareyn d'une des plus grandes ventes d'objets d'art africain et océanien en nombre de lots (plus de deux mille lots vendus sur cinq jours), mais aussi un record pour l'époque en bénéfices effectués : deux millions de francs belges⁹⁶.

La vente Eluard et Breton, quant à elle, plus modeste avec ses trois cent douze lots, prend place en juillet 1931 sous l'expertise de Charles Ratton et de Louis Carré. Elle réunit les deux collections d'André Breton et de Paul Eluard, mais sans possibilité de les différencier : celles-ci sont confondues et les bénéfices de la vente répartis en part égale pour chaque vendeur. Les raisons de cette vente demeurent quelque peu mystérieuses, même si le besoin d'argent, de Breton surtout, paraît être l'un des arguments principaux. Cependant, le procès-verbal de la vente met en évidence une volonté de cohérence et d'homogénéité de la part des vendeurs dans les objets choisis et leur présentation :

⁹⁶ Vu les fluctuations des indices de prix entre-deux guerres, la réévaluation entre 1925 et 1930 d'après la Banque Nationale de Belgique, ce prix est exprimable en euros avec beaucoup de réserve, selon les indices de prix à la consommation, et reviendrait à approximativement un million d'euros de 2005.

« Ils entendent que leurs deux collections soient réunies en une seule, pour être vendues le même jour afin de donner l'homogénéité et l'intérêt nécessaire à une présentation publique »⁹⁷.

La vente est aussi célèbre pour son catalogue, pensé dans les détails de sa présentation et tiré à deux mille cinq cents exemplaires, un tirage démesuré pour l'époque et le nombre d'amateurs d'art africain et océanien potentiel (le nombre d'acheteurs ne dépassera pas trente-six). Il s'agit davantage d'une opération médiatique – la première dans le domaine. La presse relèvera d'ailleurs l'ambiance de la vente⁹⁸ ainsi que la présence de nombreux artistes surréalistes et émissaires de musées dans la salle.

Par ces traces laissées dans les musées ou les archives personnelles, ces premiers vendeurs et ces ventes notables ont constitué, davantage que le socle de la connaissance actuelle des objets en circulation à cette période (quelle(s) provenance(s), de quelle qualité, à quel(s) prix, etc.), une forme de canon des objets dignes d'intérêt. Ce canon jouit d'une grande réputation et d'une grande influence sur l'actuelle évaluation des objets en circulation, comme nous le verrons *infra*⁹⁹.

Pour les deux ventes, la faible participation des musées, voire leur manque d'intérêt, est souvent relevée par les acteurs du champ : avant sa vente publique, Pareyn avait proposé sa collection au MRAC, auquel il avait déjà vendu de nombreux objets, pour la somme de 300 000 francs belges. La proposition n'avait pas connu de suite. Si de nombreux représentants de musées étaient présents dans la salle de la vente Eluard et Breton, peu d'objets ont finalement atterri dans leurs collections. Il est cependant difficile de savoir si c'est par manque d'intérêt, de budget, de temps ou d'opportunités. Les musées ont cependant d'autres sources d'approvisionnement, beaucoup plus directes et en continuel essor durant les

⁹⁷ Procès-verbal de la vente Eluard-Breton, Archives de la Ville de Paris, D.149.E3.6.

⁹⁸ « L'excellent accueil fait hier, à la vente de la collection André Breton et Paul Eluard, par un public nombreux... » (*Journal des Débats*, 4 juillet 1931), « Le feu des enchères, augmentant encore l'atmosphère étouffante de la salle... » (*Le Figaro*, 4 juillet 1931).

⁹⁹ Voir chapitre 5, point 5.2.3 Co-construire la valeur, p. 360.

années vingt : les collectes faites par les émissaires ou fonctionnaires des pays concernés, par exemple.

2.2.2 Le développement des musées d'ethnographie

Au moment des premières ventes spécialisées et des balbutiements de structuration du marché, les musées d'ethnographie fondés majoritairement à la fin du 19^e et au début du 20^e entrent dans une phase de développement et d'ajustement de leur paradigme. Nous verrons ci-après premièrement comment les musées choisissent d'accroître leur collection et l'importance des expéditions scientifiques à cette période ; puis, les paradigmes ethnographiques que les différents musées d'ethnographie proposent et testent ; finalement, l'hypothèse de voir naître à cette période un modèle spécifiquement francophone du musée d'ethnographie.

L'accroissement des collections par les expéditions et collectes

Leur premier objectif est l'accroissement des collections. Pour ce faire, plusieurs voies s'offrent à eux : achats, acceptations ou demandes de dons ou de legs et expéditions scientifiques. A nouveau, des noms devenus des références – marchands ou missions scientifiques – sont associés aux divers accroissements significatifs des collections de musées : Olbrechts à Bruxelles, la mission Dakar-Djibouti pour le Musée du Trocadéro, la mission angolaise de Delachaux pour le Musée d'ethnographie de Neuchâtel¹⁰⁰, par exemple, se déroulent toutes entre 1931 et 1933.

LES MISSIONS ANGOLAISES DU MUSÉE D'ETHNOGRAPHIE DE NEUCHÂTEL

Avant que Théodore Delachaux ne parte pour l'Angola en 1933, son prédécesseur Charles Knapp avait augmenté les premières collections provenant de la Société de géographie par des dons et quelques achats, les principaux pourvoyeurs d'objets ethnographiques du musée étant des missionnaires, des explorateurs ou des marchands. Mais après la guerre, les modes d'acquisition se transforment (Reubi, 2011: 186) : Delachaux se heurte à des missionnaires de moins en moins enclins à collecter des objets, arguant que plus rien d'authentique n'existe, et les

¹⁰⁰ Le musée d'ethnographie de Genève n'effectue pas d'expéditions notables du temps d'Eugène Pittard. Ce dernier se contente de passer quelques arrangements avec d'autres musées pour récupérer certains doublons ou objets spécifiques de leurs expéditions.

conditions financières des pouvoirs publics, suite à la crise économique des années vingt, ne permettent pas d'adjuger des crédits suffisants à des achats importants. La dernière solution reste donc d'aller sur le terrain, un mode d'acquisition non seulement rentable, mais aussi davantage en phase avec le développement institutionnel de l'ethnographie et de l'ethnologie à cette époque. En effet, le travail de terrain prend de plus en plus d'importance, par opposition à « l'anthropologie de cabinet¹⁰¹ » et le terrain se dessine de plus en plus à cette époque comme une particularité épistémologique fondamentale de l'ethnologie. En outre, le classement des collections participe à une rationalisation des séries et motive les conservateurs à compléter les lacunes de leurs collections. Ainsi, Delachaux écrit dans le rapport du Musée d'ethnographie de Neuchâtel pour la Commission du Musée en 1931¹⁰² :

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

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

LES EXPÉDITIONS SCIENTIFIQUES DU MUSÉE DU TROCADÉRO

Ce sont, dans les grandes lignes, les mêmes critères qui guident les choix des missions scientifiques françaises : de 1931 à 1939, quatre importantes missions

¹⁰¹« Avant la guerre l'anthropologie française était surtout le fait d'anthropologues de cabinet – *armchair anthropologists*, comme on disait en Angleterre. Dans cette période, des hommes seuls comme Mauss ou Lévy-Bruhl en France, Frazer ou Tylor en Angleterre, maîtrisaient des masses considérables de données qu'ils essayaient d'organiser pour résoudre un problème ou expliquer une institution : le sacrifice, la magie, etc. » (Descola et Kirsch, 2008: 29).

¹⁰² MEN Angola 1, Rapport de Théodore Delachaux à la Commission du Musée ethnographique, 1931.

ethnographiques se déploient en Afrique. La mission Dakar-Djibouti de 1931 à 1933, deux ans plus tard la mission Sahara-Soudan, puis en 1936 la mission Sahara-Cameroun et, finalement en 1939, la mission Niger-Lac Iro. La mission Dakar-Djibouti, qui traverse latitudinalement l'Afrique en l'espace de deux ans, est la plus connue et la plus citée dans les milieux de l'ethnologie¹⁰³ ainsi que dans ceux des marchés de l'art : pour les membres qui y ont participé, scientifiques devenus renommés, mais aussi et surtout grâce à la publication de Michel Leiris sur le voyage. *L'Afrique fantôme* (1981 [1934]), et tous les *addenda* qui ont suivi, ont contribué de façon majeure à faire connaître la mission, ses objectifs, ses résultats et surtout, les conditions d'obtention des objets. Sans nous attarder sur les détails de cette mission, il convient de relever certains éléments saillants qui sont restés à la postérité et qui ont tant marqué durablement le champ de l'objet ethnographique que leur influence s'observe encore aujourd'hui.

Comme la Mission suisse en Angola, les membres de la Mission Dakar-Djibouti reviennent avec plus de 3 500 objets dans leurs valises. Il est frappant de voir à quel point ce retour de mission s'apparente à une victoire de guerre ; l'exposition qui suit la mission évoque la célébration d'une conquête ayant permis l'obtention de nombreux trophées¹⁰⁴. L'article écrit par Paul Rivet et Georges Henri Rivière à leur retour nous confirme qu'il ne s'agit pas d'une surinterprétation, puisque ces derniers mentionnent eux-mêmes « le butin rapporté par cette expédition » (Rivet et Rivière, 1933: 5). L'idée de ces missions est en effet assez claire : il s'agit de rapporter le plus d'objets possible, de couvrir le plus de kilomètres possibles, de développer des moyens techniques innovants et de fédérer un grand nombre de

¹⁰³ De nombreux travaux ont analysé cette mission. Citons ici pour le lecteur qui cherchera davantage d'informations, les textes de Jean Jamin dans le catalogue du Musée d'ethnographie de Neuchâtel *Collections passion* (1982), Benoît de l'Estoile (2007b), James Clifford (1996) ou le projet de Marie Gautheron au CERCC avec la collaboration du Musée du quai Branly-Jacques Chirac « La mission Dakar-Djibouti : la remise en circulation des savoirs et des objets », 2011.

¹⁰⁴ On trouve des traces de ce dispositif d'exposition dans les collections du Musée du quai Branly-Jacques Chirac qui possède en tout cas deux vues de la salle d'exposition (PV 0057517 et PV0057518), ainsi que dans les collections du MUCEM qui possède en tout cas quatre vues de l'exposition (Ph.1940.105.2, 3, 4 et 5).

scientifiques. La mission évoque davantage qu'un projet intellectuel : c'est un exploit physique et humain.

Ce sentiment de partir au combat est symptomatique d'un rapport de force et de pouvoir qui se déploie sur le terrain : les scientifiques sont là pour faire avancer la connaissance, même si cela doit se faire au détriment d'autres personnes. La réalité de la collecte est mise à jour par Leiris (1981 [1934]: 104-105) :

« **6 septembre.** On nous raconte maintenant une autre histoire : le chef du *Kono* a dit que nous devons choisir nous-mêmes notre sacrificateur. Mais, naturellement, lorsque nous voulons faire ce choix, tout le monde se refuse. Nous demandons à nos propres boys s'ils ne peuvent faire eux-mêmes le sacrifice ; ils se refusent aussi, visiblement affolés. Griaule décrète alors, et fait dire au chef de village par Mamadu Vad que, puisqu'on se moque décidément de nous, il faut, en représailles, nous livrer le *Kono* en échange de 10 francs, sous peine que la police soi-disant cachée dans le camion prenne le chef et les notables du village pour les conduire à San où ils s'expliqueront devant l'administration. Affreux chantage ! [...] Devant la maison du *Kono* nous attendons. Le chef de village est écrasé. Le chef du *Kono* a déclaré que, dans de telles conditions, nous pourrions emporter le fétiche. [...]

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

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

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

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

Cette position s'inscrit bien évidemment dans un contexte colonial tendu : ainsi, avant le départ de la Mission Dakar-Djibouti paraît le manifeste des artistes invitant à « ne pas visiter l'exposition coloniale »¹⁰⁵ et lors de leur arrivée en Éthiopie, les membres de la Mission auront à faire avec des résistances face à leur pouvoir (Caltagirone, 1988, Leiris, 1981 [1934]: 288). Les ethnologues entretiennent une ambivalence face à leur subordination à ce contexte colonial et jonglent entre l'acceptation du régime et sa contestation¹⁰⁶.

Pour Benoît de l'Estoile, la mission Dakar-Djibouti « établit de façon consciente un paradigme des expéditions ethnographiques » (Estoile, 2007b: 187). En effet, la mission a pour but de collecter des objets selon des bases méthodologiques et des critères de collecte spécifiques, mais aussi de diffuser ces « bonnes pratiques ». Les *Instructions sommaires pour les collecteurs d'objets ethnographiques* (1931), rédigées par Griaule et Leiris pour la Mission Dakar-Djibouti, stipulent que le collecteur ne doit pas rechercher d'objets beaux ou rares,

¹⁰⁵ « Ne visitez pas l'Exposition Coloniale », mai 1931. Tract rédigé et signé par (dans l'ordre des signatures) André Breton, Paul Eluard, Benjamin Péret, Georges Sadoul, Pierre Unik, André Thirion, René Crevel, Aragon, René Char, Maxime Alexandre, Yves Tanguy et Georges Malkine.

¹⁰⁶ Voir John Burton (1992), Jean Jamin (1988), pour la Belgique Jean-François Crombois (1997) et pour la France plus spécifiquement Jean Jamin (1989).

mais s'intéresser aux objets en tant que trace matérielle d'une activité sociale, qu'elle soit extraordinaire ou quotidienne. Ainsi, l'objet est appréhendé comme un témoin, dont le contexte et l'activité qu'il illustre sont le centre de l'intérêt. Il doit être collecté avec l'ensemble des renseignements à ce sujet, cette procédure se calquant sur la méthodologie de l'archéologie et le concept de « contexte de fouille »¹⁰⁷. Cependant, l'analyse des objets collectés lors de la première mission ne laisse aucune ambiguïté sur le fossé entre théorie et pratique : Annie Dupuis (1999: 518) relève que chez les Dogons, peuple d'agriculteurs, aucune houe et peu d'outils ont été rapportés, alors que Denise Paulme, dans une lettre écrite en 1935 lors de la Mission Sahara-Soudan, insiste sur la beauté des pièces trouvées¹⁰⁸ :

« Nous avons une dizaine de statuettes aux bras levés, presque toutes en très bon état, certaines admirables figureront très honorablement dans la vitrine d'art africain. Enfin, que Ratton verdisse, nous avons une statue d'1,30 m de style jusqu'alors inconnu et antérieure sans doute à la venue des Dogon (*sic*) : le corps, hermaphrodite ; la tête dégage une émotion profonde qui fait de cette statuette un chef-d'œuvre, au sens véritable du mot ».

LES MOUVEMENTS DES COLLECTIONS BELGES

Du côté belge, le Musée du Congo inauguré en 1898 à la suite de l'Exposition internationale à Tervuren est devenu, en 1910 à la suite de l'Exposition universelle, le Musée du Congo belge après une demi-décennie de travaux pharaoniques¹⁰⁹.

¹⁰⁷ « La tendance générale est de se focaliser sur l'objet, en occultant complètement le contexte de fouille. Pourtant, dix clous alignés dans le sol, qui trahissent une paroi dont tout le reste a disparu, n'ont pas la même valeur que dix clous dans un sac. L'archéologue ne cherche pas tant des objets que des informations et lorsqu'on détruit un site archéologique on ne détruit pas seulement du patrimoine, mais du sens », l'archéologue Laurent Flutsch au journal suisse *Le Temps*, « Le sesterce sourit à l'euro, la fiole au pichet de blanc », Vincent Monnet, 9 février 2002. Disponible en ligne sur <https://www.letemps.ch/culture/2002/02/09/sesterce-sourit-euro-fiole-pichet-blanc>.

¹⁰⁸ Lettre de Denise Paulme, 2 juillet 1935, Correspondance n°56, p. 519.

¹⁰⁹ Notons que ces travaux n'ont pas été achevés selon les vœux du roi Léopold II commanditaire de l'époque, puisqu'à sa mort en 1909 la décision est prise de mettre fin à tous travaux supplémentaires. Ainsi, le bâtiment du musée ne sera pas livré avec les fresques prévues par son architecte, Girault, et les pavillons chinois et japonais qui devaient venir compléter ce « Versailles belge » ne verront pas le jour.

Outre les objets issus de relations avec les marchands, les expéditions scientifiques contribuent aussi à l'essor des collections belges. Avant de prendre la direction du Musée du Congo belge en 1947, l'anthropologue Frans Olbrechts effectue diverses missions scientifiques d'où il rapporte un nombre significatif d'objets. Ancien élève de Franz Boas à la Columbia University, où il obtient son doctorat, Frans Olbrechts effectue des terrains anthropologiques, d'abord chez les Indiens d'Amérique (Cherokee, Onondaga, etc.). Puis, entre 1931 et 1933, il effectue un voyage entre Dakar et Abidjan d'où il rapporte approximativement 1 800 pièces (Corbey, 2000: 28). L'objectif de la collecte tel qu'il le décrit dans *Het roode land der zwarte Kariatiden* (Olbrechts, 1935) est de rapporter des objets de façon à donner une image la plus fidèle possible des activités et de la vie des peuples rencontrés. À peine rentré de cette expédition, Olbrechts en planifie d'autres en Côte d'Ivoire, le pays qui a retenu son attention. Ce sont d'abord ses étudiants, Albert Maesen et P. J. Vandenhoute, qui effectuent leur terrain en pays dan et sénoufo, puis Olbrechts lui-même qui les rejoint.

Cependant, les objets rapportés ne sont pas destinés aux collections du Musée du Congo belge. En effet, lors de son retour en Belgique en 1929 après ses études à New York, Olbrechts est engagé aux Musées royaux d'art et d'histoire de Bruxelles où il organise le département d'ethnologie. En effet, à sa fondation en 1898 et son inauguration en 1910, le Musée du Congo est clairement dévolu uniquement à l'étude et à la présentation du Congo sous toutes ses facettes : ethnologique, mais aussi biologique, géographique, géologique, linguistique, etc. Ainsi, non seulement les autres pays d'Afrique n'ont pas leur place dans ce musée, mais les collections comportent aussi des spécimens biologiques ou naturels et de nombreuses disciplines cohabitent au sein de la même institution. Les collections qui ne proviennent pas du Congo sont réunies au département d'ethnologie des Musées royaux d'art et d'histoire de Bruxelles, mais cette répartition subit de nombreuses modifications au cours du 20^e siècle, dans une volonté de rationaliser l'organisation des collections ; les objets voyagent entre le Musée du Congo, le Palais des Beaux-Arts (actuel Bozar), le Muséum d'histoire naturelle et le Musée du Cinquantenaire, suivant les rôles donnés à chaque musée

et la catégorie attribuée à chaque objet. Ces derniers éléments changent au cours du siècle et selon l'appréciation de chaque individu. Ainsi, le Palais des Beaux-Arts de Bruxelles accueille en 1930 une exposition d'art africain¹¹⁰, alors que le Palais des Colonies expose lui aussi au même moment dans une salle spéciale, les objets considérés comme les plus artistiques.

LES EXPÉDITIONS : REFLETS DES DÉVELOPPEMENTS MUSÉAUX ET ACADÉMIQUES
Ces expéditions partagent un certain nombre de caractéristiques. Il est intéressant de noter premièrement qu'il s'agit majoritairement d'enquêtes collectives et pluridisciplinaires dont l'objectif est souvent titanesque : couvrir un territoire géographique très étendu et effectuer des études les plus exhaustives possible, un objectif plus facilement réalisable en équipe. Géographie, langue, société, mais aussi environnement, faune et flore, cartographie ou climatologie : les missions visent à comprendre le plus complètement possible une portion du monde. En outre, comme nous l'avons vu avec la Mission Dakar-Djibouti, l'arrivée en nombre sur un terrain sert autant des objectifs géopolitiques – la volonté d'imposer un rapport de force entre colons et colonies – que scientifiques – gagner en objectivité en multipliant les points de vue¹¹¹.

Cependant, nous avons vu, tant du côté suisse que français ou belge, les ambivalences qui traversent les collectes : la place accordée aux objets rares,

¹¹⁰ Voir Maes, J. et Lavachery, H. (1930). *L'art nègre à l'exposition du Palais des Beaux-Arts du 15 novembre au 31 décembre 1930*. Bruxelles. Il est intéressant de noter qu'Arnold van Gennep, alors en exil de la Suisse, est membre du comité exécutif de l'organisation de cette exposition. Dans une lettre adressée au directeur du Musée d'ethnographie de Genève Eugène Pittard, il demande le concours du MEG pour cette exposition qu'il décrit comme « une Exposition d'objets populaires de caractère artistique » et poursuit : « comme son titre l'indique, il ne s'agit pas d'une exposition de caractère scientifique (Folklore et ethnographie) mais de présenter au grand public une sélection d'objets choisis uniquement du point de vue de leur caractère d'art et de pittoresque. [...] Elle permettra d'exposer des objets confinés dans des collections particulières et celles que certains conservateurs de Musées n'ont pas pu, jusqu'à présent, mettre sous les yeux du public faute de place » (Lettre d'Arnold van Gennep à Eugène Pittard, 15 mars 1929, AVG 350.A.1.1.2/3).

¹¹¹ Ces objectifs géopolitiques ne sont pas propres à la France, à la Belgique et à la Suisse et si ce sont parfois les expéditions ethnographiques qui servent des enjeux politiques, ce sont parfois les expéditions militaires qui servent des enjeux patrimoniaux comme l'expédition punitive des Anglais au Bénin en 1897 qui permit de rapporter un grand nombre d'objets en Europe, voir l'article de Nathalie Nyst (2007).

extraordinaires ainsi qu'aux qualités formelles est, dans les faits, relativement importante. C'est que le paradigme de constitution des collections ethnographiques est dans les années trente en pleine définition et le musée d'ethnographie se retrouve face à différents choix.

Des musées face aux choix scientifiques, pédagogiques et artistiques

Les expéditions scientifiques nous montrent que les ethnologues et les scientifiques affiliés aux musées d'ethnographie collectent des objets sur le terrain selon des critères variables. Les questions de classements des objets, comme les collections belges qui voyagent entre les différents musées selon les catégorisations auxquelles les différents conservateurs les font appartenir, mais aussi d'exposition sont traversées par ces différentes possibilités tout au long du 20^e siècle. En parallèle de l'accroissement de leurs collections, les musées d'ethnographie ajustent alors leurs dispositifs de classification, de catégorisation et de présentation des objets sur différents modèles : si la collecte est majoritairement calquée sur le paradigme naturaliste, avec sa conception holiste de la science, d'autres paradigmes se développent parfois en parallèle, parfois en opposition : esthétique et didactique.

LE MUSÉE-CONSERVATOIRE ET LES SCIENCES NATURELLES

Le premier de ces modèles est celui du musée d'histoire naturelle ; il existe une relation importante entre les musées d'histoire naturelle et les musées d'ethnographie¹¹². En Suisse, le paradigme naturaliste l'emporte largement dans les musées d'ethnographie et le développement de l'ethnologie (Reubi, 2011: 40) : seules les sciences naturelles peuvent prétendre à étudier l'homme et sa diversité et l'ethnologie se développe dans le sillage de l'anthropologie physique

¹¹² Une filiation entre ethnologie et sciences naturelles résumée par Serge Reubi (2011: 40-41) qui pointe les différences selon les pays dans la résolution du conflit entre les deux paradigmes dominants du 19^e : le linguistique et le naturaliste, ainsi que par Nélia Dias pour le Musée du Trocadéro plus spécifiquement (Dias, 1991). Notons que le lien entre sciences naturelles et ethnologie perdure dans les analyses générales actuelles, comme le montre la tentative de Bruno Latour d'aborder l'objet ethnographique du point de vue des sciences naturelles dans « Objet d'art, objet de science » (Hennion et Latour, 1993).

et de l'archéologie préhistorique¹¹³, comme le confirme Serge Reubi dans son panorama du développement de l'ethnologie (Reubi, 2011: 73) :

«La science de l'homme ne fait pas exception et la quasi-totalité des ethnographes suisses de la première génération s'inscrit dans le paradigme naturaliste. Simultanément, et pour des raisons qui lui sont propres et qui procèdent de la structure linguistique de la Suisse, la philologie suisse ne se risque guère à se prononcer sur l'origine de la variété des groupes humains en dépit de la valeur qu'on lui reconnaît unanimement. La domination du paradigme naturaliste repose ainsi sur un double socle qui lui assure une longévité remarquable. L'absence de conquêtes coloniales y contribue également. À défaut d'interdire toute recherche ethnographique, cet état de fait oriente en effet les recherches sur l'humain vers le proche – l'archéologie préhistorique et l'anthropométrie du côté naturaliste, le folklore du côté philologique – plutôt que vers la lointaine ethnographie, renforçant ainsi encore la domination naturaliste ».

Les liens entre ethnologie et sciences naturelles, s'ils ont leur racine dans le découpage des sciences au 19^e, perdurent en effet longtemps, puisque Théodore Delachaux est lui-même assistant au Muséum d'histoire naturelle de Neuchâtel, en parallèle de son poste de conservateur du Musée d'ethnographie. Un poste qu'il ne quitte qu'en 1945, et pour devenir directeur de ce même Muséum¹¹⁴. Cette proximité disciplinaire s'observe jusque dans la présentation des collections, puisque Delachaux projette d'agrandir le Musée d'ethnographie pour y présenter

¹¹³ Comme en témoignent les diverses publications des premiers anthropologues suisses : *Crania helvetica* de Rütimeyer et Hims en 1864, *Crania helvetica I : les crânes valaisans de la vallée du Rhône* d'Eugène Pittard en 1909-1910 ou *Verzierte Schädel aus neuguinea und Neumecklenburg* d'Otto Schlaginhaufen en 1910.

¹¹⁴ L'attachement de Théodore Delachaux aux sciences naturelles et au paradigme naturaliste était subtilement mis en valeur dans la pièce consacrée au conservateur au début de l'exposition du MEN « Retour d'Angola » par un papier-peint composé à partir des planches de l'ouvrage *Flore et faune de nos eaux : recherches microscopiques faites et autographiées par Théodore Delachaux fils*, Interlaken : s. n. 2889, 1991 (voir le texpo de l'exposition *Retour d'Angola* (Gonseth; Laville et Mayor, 2012: 10).

de l'archéologie préhistorique¹¹⁵ puisque, pour lui, l'ethnographie est condamnée à être historique :

« La plupart des civilisations primitives actuelles disparaissent avec une rapidité vertigineuse, de sorte que dans peu d'années toute collection de la culture matérielle des peuples sauvages ou primitifs sera historique, sinon préhistorique ! Il n'y a donc entre une collection archéologique et une collection ethnographique actuelle qu'une différence d'étiquette »¹¹⁶.

Cette réflexion sur la temporalité des pièces ethnographiques n'est pas sans nous rappeler la catégorie des antiquités dans laquelle s'inscrit le marché des objets ethnographiques au début du 20^e siècle¹¹⁷. A la différence de l'institution muséale cependant, le marché étiquette les pièces ethnographiques comme anciennes au moment de leur vente et non sur le fait qu'elles le seront un jour.

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

¹¹⁵ Des liens entre archéologie, préhistoire et ethnographie que l'on retrouve chez Eugène Pittard, préhistorien. Pour lui l'ethnologie n'est qu'une partie d'une discipline plus vaste, l'anthropologie. Quand il fonde les *Archives suisses d'anthropologie générale* en 1912, celles-ci portent le sous-titre *archéologie, anthropologie et ethnographie*, illustrant la définition des frontières disciplinaires en cours au début du 19^e.

¹¹⁶ Delachaux, Théodore. 1935. « Préface ». *Guide du Musée d'ethnographie de la Ville de Neuchâtel*. (Archives MEN, tapuscrit non publié, p. 1).

¹¹⁷ Voir *supra*, point 2.1.2 La structuration du marché : l'influence de l'art oriental et de l'archéologie, p. 100.

un principe d'exhaustivité, de façon à ce que la comparaison soit possible et le raisonnement complet.

Benoît de l'Estoile souligne deux caractéristiques de ce « modèle naturaliste » que les musées d'ethnographie adoptent au moment de leur développement : le paradigme de la collecte et la division du travail subordonnée (Estoile, 2007b). En effet, le système d'accroissement des collections, largement basé comme nous l'avons vu sur des expéditions scientifiques et de la collecte sur place, impose une organisation stricte pour faire remonter les objets et les informations afférentes au musée d'une part et, faire redescendre le savoir d'autre part, en direction du public, mais aussi des collecteurs sur le terrain. Ainsi, Paul Rivet et Georges Henri Rivière, arrivés au Trocadéro en 1928, organisent la recherche de façon pyramidale et hiérarchique, imposant le musée comme le centre de commande et de coordination de cette entreprise. Sont réunis en son sein les différentes sociétés savantes et l'enseignement, découpés non en sous-disciplines, mais en aires géographiques¹¹⁸. C'est, selon Benoît de l'Estoile, un découpage de l'ethnologie caractéristique d'un modèle français :

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

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

¹¹⁸ Les raisons de ce découpage et les objectifs sont exprimés par Paul Rivet, dans « Ce qu'est l'ethnologie » (1936)

qui, à la même époque, abolit la disjonction entre terrain et théorie avec les premiers théoriciens en séjour prolongé sur le terrain, comme Bronislaw Malinowski.

LE MUSÉE UNIVERSITÉ ET LA FOCALISATION SUR LE PUBLIC

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

Cette focalisation sur les publics dans les années trente s'observe aussi du côté suisse. L'intérêt principal du premier conservateur du Musée d'ethnographie de Neuchâtel, Charles Knapp, portait principalement sur la recherche scientifique et le classement des collections : pour lui, le musée est un lieu de recherche et le seul public qu'il vise est celui des chercheurs et des étudiants.

« J'aspire à faire de notre Musée un vrai centre d'études, utile surtout aux étudiants de notre Université et, de fait, j'y donne déjà des cours. Mon but est de créer chez nous ce qui existe déjà dans toutes les universités : un institut de géographie et d'ethnographie »¹¹⁹.

¹¹⁹ MEN 36, Copie des lettres de Knapp, 2, Lettre de Charles Knapp à C. de Marval, 27.3.1911.

Cependant, lorsque Théodore Delachaux succède à Charles Knapp en 1921, la question du public – et des publics – du musée est la première question à être mise sur la table. En effet, le contexte à Neuchâtel a changé : la chaire d’ethnologie de l’Université a été suspendue et le musée n’a plus de lien avec l’enseignement. Se questionner sur le public, c’est donc se questionner sur le rôle du musée et ses objectifs dans la société et pour la population de Neuchâtel. Théodore Delachaux répond à cette question en proposant que le musée soit pour un public spécialisé – des scientifiques et des chercheurs – *et* un public général. Attirer les visiteurs devient le premier objectif du musée et amène Delachaux à accepter des collections très diverses (l’Égypte antique, par exemple, lorsque le musée historique de Neuchâtel désire se débarrasser de toutes ses collections non européennes), à effectuer des modifications de présentation, intégrant des vitrines thématiques (les instruments de musiques, par exemple), à développer les premières campagnes de communication du Musée (en faisant poser en ville des placards d’orientation indiquant le Musée ou des publicités dans les gares et bibliothèques) ainsi que l’événementiel (des expositions temporaires au musée mais aussi hors les murs).

La muséographie devient le centre des intérêts des conservateurs qui la considèrent comme un outil favorisant l’apprentissage du visiteur. Dans un cours de muséographie donné à l’occasion des cinquante ans du MEN, Delachaux en relève l’importance¹²⁰. Déjà au moment de soutenir la mission en Angola, Delachaux avait avancé l’argument selon lequel la collecte de pièces permettrait de monter un diorama, dispositif par excellence susceptible de plaire et d’attirer du public¹²¹ : la recherche scientifique est un moyen au service d’une fin définie, celle d’accroître le nombre de visiteurs.

¹²⁰ *Rapport du Musée ethnographique de Neuchâtel*, 1935.

¹²¹ « D’autre part, pour le côté didactique qui ne doit pas être négligé, seuls un voyage et une étude directe sur place permettent de recueillir les documents nécessaires à une reconstitution fidèle de tous les éléments pour un diorama. Je n’ai pas besoin d’insister sur la faveur dont jouissent les reconstitutions auprès du public ». MEN Angola 1, *Rapport de Théodore Delachaux à la commission du Musée ethnographique*, 1931.

Dès le moment où le musée n'est plus seulement le lieu où se construit l'intelligibilité des documents, mais aussi celui où se transmet le savoir élaboré, se pose la question du type de récit à adresser au public et de la mise en forme à lui donner. Que doit mettre en avant le récit sur les Autres et leurs objets ? La différence des pratiques et des représentations entre les sociétés ? La beauté des productions matérielles des Autres ? La supériorité pensée de la société occidentale ? L'émerveillement et la fascination que la différence peut susciter ? L'universalisme des pratiques humaines ? Les réponses données à ces questions constituent un moment charnière dans l'appréhension et l'appropriation des objets ethnographiques par les musées européens et correspondent au moment où le Musée d'ethnographie du Trocadéro devient le Musée de l'Homme en 1937.

Le projet de Paul Rivet et Georges Henri Rivière pour le Musée de l'Homme vise à articuler instruction et distraction et répond ainsi à une double exigence : attirer le visiteur tout en opérant un classement du monde scientifiquement pertinent. Ce classement du monde ne peut se faire sans une coopération étroite entre le musée et sa discipline, l'ethnologie, les deux étant inextricablement liés. La mise en ordre du monde qu'opère le musée concourt alors à définir la discipline et inversement : la définition et l'institutionnalisation de l'ethnologie dans les années trente participe à situer le musée d'ethnographie dans le paysage muséal général. Rivière définit le segment de réalité qui revient au musée d'ethnographie sur deux plans (Rivière, 1929) : selon une logique évolutionniste (les civilisations primitives et archaïques) et selon une logique de genre (le folklore, les arts décoratifs, etc.)¹²².

Attirer et instruire le visiteur – donc intégrer une dimension pédagogique au musée – et rester le centre scientifique d'une discipline en pleine consolidation – donc intégrer la collecte d'objets, leur conservation et la recherche – sont deux

¹²² Une logique qui annonce la répartition actuelle « entre un musée des civilisations primitives et archaïques, auquel correspond le musée du quai Branly-Jacques Chirac, incluant l'ethnographie asiatique mais excluant les civilisations asiatiques restées au musée Guimet, et le musée des civilisations européennes en projet à Marseille (auxquelles on a ajouté la Méditerranée pour des raisons politiques) » (Estoile, 2007b: 242).

paradigmes que Rivet et Rivière essayent de concilier au sein du concept de « musée laboratoire »¹²³ et avec lesquels les musées d'ethnographie auront à traiter tout au long du 20^e siècle. Cependant, ce ne sont pas les deux seules possibilités. En effet, une troisième dimension vient s'ajouter aux objectifs du musée et à la façon dont il est possible d'appréhender les objets ethnographiques : la dimension esthétique. Les années trente et suivantes voient la montée d'un débat qui s'oriente sur deux axes différents : premièrement, faut-il prendre en compte les qualités formelles des objets et peut-on les considérer comme de l'art ? Deuxièmement, les musées doivent-ils présenter les objets de manière esthétique ou de manière didactique, les deux possibilités étant souvent considérées comme inconciliables ?

LE PARADIGME ESTHÉTIQUE ET LE PLAISIR

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

« Il faut éviter la monotonie des vitrines toutes semblables ; des parois libres doivent être aménagées pour recevoir des tableaux ou des photographies. [...] Mais il y a aussi l'exigence de la part du visiteur non-spécialiste et qui cherche à s'instruire. Il faut donc tenir compte dans une large mesure du point de vue didactique »¹²⁴.

Cette ambition voit la transformation des vitrines : aux présentations géographiques succèdent des présentations typologiques ou thématiques. Cette rationalisation sert à améliorer le potentiel pédagogique des vitrines, mais elle permet aussi leur désengorgement et le développement de la mise en dépôt des

¹²³ Voir Claude Blanckaert (2015).

¹²⁴ *Rapport du Musée d'ethnographie de Neuchâtel*, 1935.

objets. La constitution des réserves dans les musées est un pas important dans la gestion de l'institution : elle amène à s'interroger sur le choix des pièces présentées, sur le catalogage et le classement des objets entreposés. Ainsi, peu à peu, les vitrines se vident.

Pour Rivière, présentation esthétique et vocation pédagogique ne sont pas non plus à opposer. Ce dernier décide de « rompre avec les scrupules archéologiques et ethnographiques » pour présenter les objets de façon esthétique. Non seulement cela facilite la compréhension et l'assimilation du propos par le visiteur, mais cela permet en outre d'en attirer davantage, comme le pensait Eugène Pittard qui veillait à présenter quelques objets spectaculaires et à garder des salles attrayantes :

« Plafond surbaissé pour donner plus d'intimité, plus de mystère, éclairage artificiel préparé pour mettre en valeur chacune des pièces ; sur le sol, tapis africain. Toute cette nouvelle salle a été étudiée pour le meilleur rendement »¹²⁵.

En outre, pour Rivière (1930), l'objet ethnographique lui-même n'est pas dénué d'intérêt esthétique et il propose de considérer, sur le modèle des musées germaniques et scandinaves, l'objet comme une œuvre *et* un document, à l'intention – comme le pense aussi Delachaux – d'un public général *et* d'un public de chercheurs. Dès 1937, le nouveau Musée de l'Homme développe cette idée, selon laquelle l'appréciation esthétique ne peut se ressentir sans la compréhension des objets, une compréhension qui passe par une contextualisation des objets. L'émotion et le divertissement du public sont alors étroitement corrélés à la dimension pédagogique et la mise en scène autant que la mise en avant des qualités formelles des objets ont alors pour objectif autant de ravir l'œil que de servir le propos scientifique.

¹²⁵ AVG 350.A.1.1.2.1/12, Eugène Pittard au Baron van der Heydt, le 13 décembre 1948.

Nous avons déjà vu *supra* que parmi les critères d'acquisition des pièces sur le terrain, tant pour les musées français que dans les musées suisses ou belges, les qualités formelles de l'objet jouent un rôle considérable. Ces critères se retrouvent aussi dans les acquisitions faites auprès des marchands : les objets sont souvent qualifiés de « belles pièces », de « très belles sculptures », une beauté qui va de pair avec leur destin de pièce de musée : ils sont « dignes de figurer dans un musée »¹²⁶, parce qu'ils sont beaux. Même si depuis le début du 20^e siècle les musées d'ethnographie mettent en avant le caractère documentaire de l'objet, les belles pièces, à valeur esthétique, attirent aussi l'attention des conservateurs : le Musée du Congo à Tervuren possède un salon d'honneur présentant les objets considérés comme des chefs-d'œuvre et le conservateur du MEG Eugène Pittard installe lui aussi dans son musée une salle « d'art nègre », louant régulièrement les qualités plastiques des pièces collectées¹²⁷.

La reconnaissance de la beauté des productions non européennes ne sert pas uniquement des objectifs muséaux ou pédagogiques. De façon plus large, le paradigme choisi par le musée et la façon de considérer les arts, de découper le réel et de le présenter, est teinté d'enjeux politiques importants ; les années trente sont une période chargée en enjeux politiques internationaux et les objectifs des musées français, notamment d'ethnographie, n'échappent pas à cette géopolitique internationale. Dans une période caractérisée par la montée du nazisme et de ses théories sur l'altérité en Allemagne, la France adopte une politique complètement différente : au contraire des positions assimilationnistes prônées par l'Allemagne, la France se positionne comme profondément universaliste. Ceci se traduit par la reconnaissance de la diversité des populations et de leurs différences, et donc par la reconnaissance de formes artistiques différentes. Les musées d'ethnographie

¹²⁶ Voir la correspondance d'Eugène Pittard avec les marchands entre 1900 et 1950, par exemple (Doyen, 2012).

¹²⁷ Par exemple, dans un article paru à l'occasion de l'exposition « Les Masques dans le Monde », Eugène Pittard aborde la valeur esthétique des pièces présentées, voir AVG 350R. 431 (2/2), 19 août 1944, *La Patrie Suisse*. Ou encore dans un article au sujet de la nouvelle salle d'art nègre, Eugène Pittard affirme qu'un des objectifs de la salle est de montrer « l'esthétique artisanale la plus élevée », voir AVG 1133, 31 mai 1948, *Courrier de Genève*.

s'inscrivent dans cet objectif et proposent ainsi une mise en récit des objets qui met en avant l'existence de formes artistiques alternatives tout autour du monde.

Finalement, en alliant pédagogie et divertissement, usage des objets et intérêt esthétique, Delachaux, Rivet et Rivière s'inscrivent dans les objectifs prônés par les expositions universelles et l'exposition coloniale en cours à Paris en 1931¹²⁸. L'exposition coloniale présente en effet de façon complémentaire des pièces de collection, des souvenirs d'artisanat produits spécifiquement pour les amateurs européens, l'artisanat quotidien, etc.

« Aspect pédagogique et aspect esthétique sont ici indissociables : l'exposition se veut inscrite dans une logique de démonstration autant que de séduction. La variété des objets fonctionne comme indice de la diversité ethnique des populations. S'ils sont sans hésitation aucune qualifiés comme « objet d'art », leur destin ultérieur illustre leur polysémie : ils seront en effet, à l'issue de l'Exposition, partagés entre le musée d'Ethnographie du Trocadéro et le musée permanent des Colonies » (Estoile, 2007b: 80).

L'exposition est aussi reçue de façons différentes : certains louent la qualité esthétique des pièces ou de la présentation générale, alors que d'autres y voient l'exposition d'une mise en ordre du monde spécifiquement évolutionniste. Ainsi, la même présentation de mêmes objets est interprétée différemment selon les préoccupations, l'expérience et le statut du regardeur.

Ce changement de considération d'un même objet selon le regardeur se retrouve du côté des musées d'ethnographie belges : après une période où les objets sont considérés tant pour leurs qualités artistiques que leurs qualités ethnographiques, les années trente voient un léger recul de ces positions. Lors de l'Exposition internationale en 1897, les objets sont présentés tant pour leur forme que pour leur fonction. Le Palais des Colonies comporte en effet un « salon d'honneur » où des objets, provenant autant d'Europe que du Congo, étaient exposés en tant

¹²⁸ Voir *supra*, point 2.1.1 Les expositions universelles : à la source du marché et du musée, p. 97.

qu'œuvres d'art¹²⁹. Marteen Couttenier, qui analyse en détail le dispositif de ce salon d'honneur, pointe la considération esthétique de la présentation des objets tout autant que la mise en avant de leurs qualités formelles, au même titre que les objets européens (Couttenier, 2015). Les objets sont en effet décrits comme de l'art dans le guide de l'exposition écrit par Théodore Masui, secrétaire général de l'exposition du Palais des Colonies, puis directeur du Musée du Congo. Cette position change cependant avec l'arrivée d'Émile Coard et d'Alphonse de Haulleville qui remet en question l'existence d'un art africain. Marteen Couttenier nous rappelle à juste titre (Couttenier, 2015) :

« The differences in opinion between Masui and Coard and de Haulleville show that, even within one institute, the same objects changed status from “artefact” to “art” and vice-versa, depending on the individual »¹³⁰.

Il est difficile de savoir si ces considérations dépendent du statut et de la formation de chacun ; il est par contre certain que les avis divergent pendant cette période sur la façon de collecter et d'exposer les cultures matérielles des Autres, renvoyant souvent par là au rôle du musée d'ethnographie par rapport aux autres musées du paysage¹³¹ ou, plus généralement, au rôle de l'institution muséale dans la société. Le musée d'ethnographie de cette période semble regrouper en son sein trois objectifs distincts : un objectif scientifique, de conservation des objets et de documentation de ces derniers et des sociétés productrices ; un objectif artistique, de présentation des qualités formelles des objets et de la tentative de les inscrire dans une histoire de l'art générale ; un objectif didactique, par la volonté de

¹²⁹ Pour l'exposition de 1897, il s'agit d'œuvres d'art européennes, mais réalisées avec de l'ivoire. Le salon accueille cependant par la suite des œuvres non européennes considérées comme artistiques (Couttenier, 2015).

¹³⁰ « Les différences d'opinions entre Masui, Coard et de Haulleville montrent que, même au sein d'une même institution, l'objet est tour à tour considéré comme “objet ethnographique” et “objet d'art” selon les individus ».

¹³¹ Par exemple, pour Arnold van Gennep à Neuchâtel, la collecte et l'exposition de belles pièces à valeur marchande sont dévolues aux musées d'art (Van Gennep, 1914 (2005): 47) : « Ils ont la tendance à rechercher ce que l'on nomme de belles pièces, ou des pièces de musée, et des objets qui ont une valeur marchande intrinsèque et manifeste ; or ce doit être là le but des musées de beaux-arts et d'art industriel ».

transmettre les connaissances et d'instruire le public grâce à ces collections et savoirs existants.

La relation entre les musées d'ethnographie et l'ethnologie dans les années trente

Des années vingt et jusqu'au sortir de la Seconde Guerre mondiale, le musée d'ethnographie est indissociable de la discipline dont il est censé être l'émanation. Durant cette période en France, le musée et sa discipline sont inextricablement liés et réunissent en des lieux géographiques souvent communs des centres de documentation, de recherche, de formation, de transmission, d'enseignement, de conservation des objets, etc. Les relations entre les musées et l'université sont très fortes ; pour exemple, les expéditions scientifiques, terrain de la recherche scientifique, de la collecte d'objets ou de la formation coloniale, servent autant le musée d'ethnographie que l'ethnologie.

Cette période est aussi celle de la structuration de la discipline, qui ne se développe pas sur les mêmes axes partout dans le monde. Différentes écoles de pensées se structurent tout au long du 20^e siècle, posant les bases épistémologiques et méthodologiques de la discipline. Du côté français, nous avons vu que la focale se positionnait, sur l'impulsion de toute une génération d'ethnologues (Marcel Mauss, Maurice Delafosse qui, avec Lucien Lévy-Brühl et Paul Rivet, fondent l'Institut d'ethnologie), sur le rôle d'objet preuve et illustration d'un fait social. L'intérêt pour la culture matérielle se développe fortement, l'objet étant vu comme le témoin du fait social de sa société de production. On retrouve cette vision tant chez Delachaux, que chez Rivet ou chez Olbrechts¹³² :

« Presque tous les phénomènes de la vie collective sont susceptibles de se traduire par des objets donnés, à cause de ce besoin qui a toujours poussé les hommes à imprimer à la matière la trace de leur activité. Une collection d'objets systématiquement recueillis est donc un riche recueil de "pièces à conviction", dont la réunion forme des archives plus révélatrices et plus

¹³² Par opposition à leurs successeurs, qui sur l'impulsion de Lévi-Strauss s'éloigneront d'une ethnologie seulement focalisée sur l'objet, comme nous le verrons *infra*, point 3.1.1 La crise du musée d'ethnographie : destructions, rénovations, fondations, p. 168.

sûres que les archives écrites, parce qu'il s'agit d'objets authentiques et autonomes, qui n'ont pu être fabriqués pour les besoins de la cause et caractérisent mieux que quoi que ce soit les types de civilisation» (Naturelle, 1931: 6-7).

Cette focalisation sur la culture matérielle et le contexte de production et d'utilisation des objets a des influences importantes sur les modalités de structuration du musée et de ses collections ainsi que sur le type d'expositions présentées, en témoignent les pratiques anglo-saxonnes de la même époque, relativement différentes des pratiques francophones (Clifford, 1996, Dias, 1989) : par exemple, l'exposition *African Negro Art* du MoMA de New York en 1935, présente les objets dans la catégorie de l'art, et selon Maureen Murphy l'exposition de 1923 *Primitive Negro Art* au Brooklyn Museum « est la première du genre à prendre place dans un musée d'art ». Elle est aussi la première à être présentée « sous la classification de l'art, en tant que représentative d'une impulsion créative, et non dans le but d'illustrer les coutumes des peuples d'Afrique »¹³³ (Murphy, 2009: 161).

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

¹³³ Citation des archives du Brooklyn Museum, reprise par Maureen Murphy (2009), p. 161, note 190.

2.2.3 Les galeristes, des figures mythiques

La galerie et les galeristes prennent une part de plus en plus importante dans le développement du marché dans les années vingt et trente et sont vus dans le champ comme les acteurs majeurs de la reconnaissance de l'art africain et océanien. Comme le développement des musées à la même période, le développement de l'activité marchande se structure majoritairement à cette époque autour de grandes figures et de grands événements dont les noms sont restés aujourd'hui des symboles du champ de l'art africain et océanien. Les évoquer brièvement permet donc de comprendre à la fois les étapes importantes de la structuration du marché et du champ, mais aussi l'impact et le souvenir que leurs actions ont laissés ou inspirent encore aujourd'hui.

Lorsque les acteurs du champ de l'objet ethnographique évoquent les étapes de l'arrivée de l'objet sur les marchés et dans les musées, c'est bien souvent les noms des avant-gardes artistiques parisiennes des années trente qui viennent en premier lieu à l'esprit, en témoigne la réponse de Picasso, « L'art nègre ? Connais pas ! », citée tant dans les ouvrages de vulgarisation sur l'art africain et océanien (Geoffroy-Schneiter, 2012), que dans la formation actuelle¹³⁴, ou les ouvrages spécialisés ou historiques (Boyer, 2009, Mandel, 2002). Serge Schoffel, galeriste à Bruxelles, nous rappelait l'importance de ces figures artistiques et marchandes dont la filiation est revendiquée ou contestée, mais jamais oubliée :

« Il y a des grands marchands du passé qui ont, par leur goût, par leur énergie, donné le goût des gens d'aujourd'hui : des gens comme Jacques Kerchache, Paul Guillaume, des gens comme ça. Par leur regard et leur marque, ils ont fait aimer, ont fait partager. Eux-mêmes ne voulaient pas devenir riches, mais ils ont créé des vocations »¹³⁵.

Faire l'histoire de ce marché, c'est aussi comprendre pourquoi ces marchands sont devenus figures de proue et ancêtres mythiques.

¹³⁴ *Histoire des arts d'Afrique, histoire de l'art océanien, histoire de l'art africain*, donnés à l'École du Louvre durant les années académiques 2015-2017.

¹³⁵ Entretien mené avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

Paul Guillaume et Charles Ratton : les « innovateurs-découvreurs »

Les galeristes qui vendent des objets ethnographiques en France, en Belgique et en Suisse ne sont pas légion entre les années vingt et la Seconde Guerre mondiale¹³⁶. Deux figures illustrent particulièrement les enjeux qui ont traversé cette période sur le marché : Charles Ratton et Paul Guillaume sont tous deux, selon Estelle Fossey (2011: 15, 41), les premiers « entrepreneurs-innovateurs » (Schumpeter, 1935 [1911]). Ce concept est appliqué par Raymonde Moulin aux marchands de peinture et défini comme :

« Un agent dynamique du marché ; il ne vend pas une peinture consacrée et demandée, mais se veut découvreur et promoteur d'une peinture novatrice. Qu'ils soient poussés à l'innovation par des contraintes objectives, une volonté spéculative ou par le goût de la découverte, les entrepreneurs dynamiques exercent une fonction créatrice » (Moulin, 1967: 117).

Cette caractéristique schumpétérienne prend une très grande importance dans le contexte qui nous concerne : Paul Guillaume et Charles Ratton sont en effet considérés comme les premiers galeristes à vendre des objets africains et océaniques en les définissant comme une catégorie à part entière et cohérente de l'art, et ce alors que la demande est quasiment inexistante sur le marché de l'art français. Ils sont donc considérés comme des découvreurs, des innovateurs, ayant pris un risque, intellectuel et financier ; celui-ci a payé, puisque leur offre sur le marché de l'art a trouvé – ou suscité – une demande et a été amplement relayée par la suite. Nous l'avons vu, les objets ethnographiques étaient déjà largement présentés dans les musées d'ethnographie et cela selon plusieurs dispositifs dont certains reconnaissaient les qualités formelles des objets. Cependant, les galeristes de cette époque ont mis en place une série d'événements et ont structuré le discours autour de certaines qualités des objets, plutôt que sur leur statut de témoin d'une pratique sociale (ainsi défini, comme nous l'avons vu¹³⁷, par les ethnologues français) en définissant des critères de valeur spécifiques à ce type

¹³⁶ L'annexe 2.3 présente une liste des galeristes d'objets ethnographiques connus pour cette période, accompagnée d'une brève biographie de chacun.

¹³⁷ Voir *supra*, point Des musées face aux choix scientifiques, pédagogiques et artistiques, p. 113.

d'art. Ces critères s'articulent autour d'un axe principal : l'anti académisme artistique que ces objets pouvaient porter et qui s'inscrit dans le contexte historique du développement de la réflexion sur l'art. En effet, à cette époque, une frange importante des milieux artistiques s'élève contre les critères standards de définition de l'art¹³⁸ et les objets ethnographiques deviennent alors les fers de lance de cette lutte. Un élan érotique, une pureté originelle détachée de toute formation et pré formatage, une spontanéité proche de la pulsion, sont les principaux critères mis en avant pour s'opposer à un monde artistique perçu comme corrompu et engoncé dans une série de normes et de règles contraignantes. Cette vision dichotomise le monde de l'art en attribuant les premières caractéristiques à une partie considérée comme non occidentale, et les secondes à une partie considérée comme occidentale¹³⁹ :

« Cette critique de l'Occident passe par la mise en exergue de catégories poétiques comme l'Orient – qui fait l'objet d'un débat chez les intellectuels dans le prolongement de l'orientalisme du XIX^e siècle – le Nègre, catalyseurs des préjugés et fantasmes qui en composent la mode, ou encore le Sauvage, que l'ethnologie en phase d'institutionnalisation tente non sans mal de sortir des éternelles références du Bien et du Mal » (Leclercq, 2010: 89).

Ce mouvement prend corps principalement grâce à l'intérêt grandissant de la part des artistes de l'art moderne pour l'art africain et océanien : Paul Eluard, André Breton – comme en témoigne la vente de leur collection aux enchères en 1931 – Tristan Tzara, Pablo Picasso, Paul Gauguin... Les artistes du primitivisme, de l'expressionnisme, du cubisme et du fauvisme, regroupés sous la bannière de « l'art moderne » ou des « avant-gardes », tous remettent en question les canons esthétiques classiques et déclarent trouver dans les objets ethnographiques des sources d'inspiration importantes. Apprécier l'art africain ou océanien, c'est

¹³⁸ Contre l'art dit « académique », pour un panorama de l'académisme et des revendications des « modernes », voir Pierre Daix (1998) et Élisabeth Lièvre-Crosson (2008).

¹³⁹ Pour une critique de ces termes, voir *supra* Préambule sémantique : « That damned word », p. 27.

s'opposer à la norme et aller vers plus de modernité, comme en témoignent ces propos de Pablo Picasso repris par André Malraux :

« Les masques, ils n'étaient pas des sculptures comme les autres. [...] Je regardais toujours les fétiches. J'ai compris : moi aussi je suis contre tout. Moi aussi, je pense que tout, c'est inconnu, c'est ennemi ! Tout ! [...] Mais tous les fétiches, ils servaient la même chose. Ils étaient des armes. Pour aider les gens à ne plus être des sujets de l'esprit, à devenir indépendants » (Malraux, 1974: 18).

Les expositions présentant en parallèle des œuvres d'art moderne et des objets ethnographiques se multiplient : en 1916, l'exposition *Lyre et Palette* dans l'atelier du peintre suisse Émile Lejeune présente des œuvres cubistes avec vingt-cinq pièces africaines ; en 1929, une exposition présente cent vingt-six sculptures modernes et africaines en parallèle chez Bernheim à Paris ; Paul Guillaume, grâce à sa proximité avant les avant-gardes artistiques parisiennes, organise aussi un grand nombre d'expositions mettant en parallèle objets ethnographiques et art moderne.

L'art moderne et les objets ethnographiques sont deux spécialités souvent rapprochées pour cette caractéristique : avoir été tous deux des mouvements construits hors et contre la sphère institutionnelle artistique classique et académique, mais sur l'initiative d'individus et de mouvements considérés à priori comme marginaux. Ces individus deviennent alors des figures clés du champ, comme le relève Estelle Fossey (2011: 275) :

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

Davantage qu'une figure clé, le marchand est ici envisagé comme l'acteur majeur du processus de légitimation du champ et est assimilé à une figure héroïque : il se bat contre un pouvoir bien en place et institutionnalisé ; c'est un « anarchiste de l'art », idée à laquelle sont souvent associées des qualités particulières, comme la persévérance, l'esprit de rébellion, mais aussi un parcours spécifique. Le héros est en effet généralement issu de classe modeste, s'est construit seul, en dehors des circuits classiques de formation et a débuté en bas de l'échelle avant de gravir petit à petit les échelons. Il est intéressant de noter que ces caractéristiques ne s'appliquent, premièrement, pas seulement à l'objet ethnographique, puisque l'art moderne s'est institutionnalisé sensiblement par le même processus¹⁴⁰ ; et deuxièmement, qu'il ne s'applique pas non plus uniquement au marchand, mais à toute personne estimée comme « découvreuse » de l'art africain et océanien. Ainsi, les collectionneurs sont aussi considérés comme des acteurs importants de la reconnaissance et du développement de l'intérêt des mondes de l'art pour les objets ethnographiques (Derlon et Jeudy-Ballini, 2008). Comme le rappelle Raymonde Moulin, ces personnalités « innovantes » font acte de création par leur découverte et leur entreprise de légitimation et, dans le cas de l'art africain et océanien, se substituent aux artistes, devenant eux-mêmes les figures productrices de l'objet, artisans de leur (re)naissance.

L'art moderne, terreau de la reconnaissance ?

Art moderne et art africain et océanien sont ainsi souvent rapprochés. Cependant, comme le montre James Clifford dans son analyse de l'exposition plus tardive du MoMA, *Primitivism in 20th Century : affinity of the Tribal and the Modern* en 1984, l'anthropologie oppose de nombreux contre-arguments à ce rapprochement : si des affinités formelles ne peuvent être niées entre ces deux catégories artistiques, Clifford rappelle que plus le spectre de comparaison est élargi, plus les probabilités de trouver des points communs entre les cultures sont grandes ; les différences existent, mais elles sont simplement occultées et les objets qui ne correspondent pas à la comparaison sont écartés de la catégorie ainsi construite, comme les objets précolombiens (Clifford, 1996: 193) : « On pourrait

¹⁴⁰ Voir, par exemple, Raymonde Moulin qui évoque le rôle du Salon (Moulin, 1967).

réunir une collection tout aussi impressionnante pour prouver l'extrême disparité des objets tribaux et modernes ». En outre, d'autres parallèles peuvent aussi être effectués avec d'autres courants artistiques. Ainsi, Louis Carré, galeriste parisien présente une exposition des moulages de sculptures de l'Acropole en 1934-1935 tout en organisant en parallèle des expositions d'art africain. Cependant, loin d'exposer ce dernier en opposition à l'art classique, pour son mystère ou son exotisme, Louis Carré défend la place de l'art africain dans le monde de l'art occidental pour ses formes qu'il juge d'une pureté similaire à celle des sculptures grecques. Il s'emploie dans cette exposition à démontrer les similitudes entre les deux.

En outre, des analyses plus tardives ont cherché à attribuer l'inspiration de tel tableau d'art moderne à tel objet ethnographique : c'est par exemple le cas du masque africain qui aurait inspiré Picasso pour le tableau *les Demoiselles d'Avignon* (1907). Cependant, William Rubin, déjà dans son exposition en 1984 au MoMA, a montré que ces parallèles n'étaient pas pertinents : le masque en question n'est arrivé en Europe qu'après que le tableau a été peint.

L'exemple de Louis Carré montre que les parallèles sont possibles entre l'art africain et océanien autant avec l'art moderne qu'avec l'art classique, selon les volontés de rapprocher ou d'éloigner les catégories artistiques les unes par rapport aux autres. La carte des positions et frontières entre catégories artistiques se modifie selon les époques, les contextes et les individus.

Il convient donc de se demander pourquoi c'est l'art moderne qui a pris la place la plus importante dans l'histoire de l'art africain et océanien et quels sont les enjeux d'une telle recherche d'affinité entre ces deux catégories. Si nous avons vu que les avant-gardes parisiennes mobilisent l'objet ethnographique comme symbole de leur lutte contre l'académisme, un autre processus est en cours dans les années vingt et trente : la monopolisation du discours légitime sur le statut de l'objet ethnographique. Ce discours est jusque-là tenu par les ethnologues qui, comme nous l'avons vu, sont inextricablement liés à l'institution muséale à cette époque. Cependant, comme le relève Estelle Fossey, la lutte mise en place pour contrer l'académisme artistique de l'époque revendique aussi l'appropriation du discours

par d'autres acteurs que ceux s'apparentant aux institutions étatiques. En effet, jusque dans les années trente, le musée d'ethnographie français se positionne comme le temple d'un monopole du discours sur l'Autre (Estoile, 2007b: 141), mais les initiatives marchandes, proposant des alternatives aux présentations et au statut des objets, lancent dès les années trente le début d'un processus d'expropriation des ethnologues du discours sur l'altérité. Ce processus trouvera son aboutissement, comme nous le verrons *infra*, dans la création du Musée du quai Branly-Jacques Chirac en 2006 à Paris¹⁴¹.

2.2.4 Bilan : les relations entre les musées et les marchands dans l'entre-deux-guerres

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

Cependant, en parallèle, les arts africains et océaniens prennent une place de plus en plus importante sur les marchés et les critères esthétiques sont souvent mis en avant par les marchands, qui reprochent aux musées de les passer sous silence. Les deux sphères ne restent cependant pas imperméables l'une à l'autre, comme nous l'avons vu tout au long de ces pages : les marchands s'investissent dans la production et la transmission du savoir concernant les objets en prêtant leurs propres objets ou ceux de collectionneurs pour les expositions des musées

¹⁴¹ Voir point 3.1.2 Le Musée du quai Branly-Jacques Chirac et le Pavillon des Sessions du Louvre, p. 170.

d'ethnographie, comme Ratton en 1932 pour l'exposition Bronzes du Bénin au Musée du Trocadéro, Guillaume, ou Carré¹⁴².

Charles Ratton fait par exemple collaborer Georges Henri Rivière – alors en pleine restructuration du Musée du Trocadéro avec Paul Rivet – à la rédaction du catalogue de la vente de la collection De Miré en 1931 ; les marchands participent au rayonnement du musée, en créant ou dirigeant les Sociétés des Amis, comme Ratton qui fonde avec Paul Rivet et Georges Henri Rivière en 1937 la Société des Amis du Musée de l'Homme ; ils sont membres des sociétés savantes et des instituts, comme Pierre Vérité à la Société des Africanistes ; ils promeuvent le musée et ses événements, voire les financent. Ainsi, la mission scientifique suisse en Angola est financée pour moitié par des investisseurs privés de même que la mission Dakar-Djibouti comme nous l'avons vu *supra*. Ces expéditions nécessitent en effet des moyens très élevés, notamment en logistique, ce qui explique la mutualisation des ressources sur une seule expédition pour différentes disciplines. Si l'État finance une partie des expéditions (3 000 francs à Delachaux pour l'Angola, par exemple), elles doivent toujours être complétées par des apports privés : mécènes externes ou membres de la mission eux-mêmes. Ainsi, Delachaux met 4 000 francs de sa poche pour financer la Mission suisse en Angola et sollicite de nombreuses entreprises régionales ainsi que des fortunes locales qui le soutiennent en nature ou en espèce (Reubi, 2011: 187). Du côté français, c'est un gala de boxe qui permet à Georges Henri Rivière et à Paul Rivet de boucler le budget de la Mission Dakar-Djibouti¹⁴³. Une très grande partie des

¹⁴² Notons que les collectionneurs aussi, prêtent leurs objets tant pour les expositions en galeries que pour celles en musées, comme Félix Fénéon qui avait contribué à : *Art indigène des Colonies françaises* au Pavillon de Marsan (1923), *Art Nègre* au Studio des Champs-Élysées (1924), *Exposition d'art africain et océanien* à la Galerie du Théâtre Pigalle (1930), *Les arts anciens de l'Afrique Noire* au Palais des Beaux-Arts de Bruxelles (1930), *Negro Art* à Jordan Marsh & Compagny à Boston (1931) et *La vérité sur les Colonies* au Pavillon soviétique de l'Exposition coloniale de Paris (1931). Pour plus de détails sur Félix Fénéon en général, voir l'ouvrage de Philippe Dagen (1998) et les œuvres complètes de Félix Fénéon (1970).

¹⁴³ L'événement, titré « Les poings au service de la science » présente Al Brown, champion du monde, qui propose d'offrir son cachet pour l'occasion : « Il est à peine exagéré de se dire qu'une part importante de l'ethnographie moderne s'est jouée dans un espace de six mètres sur six, ni de penser que dix rounds de trois minutes furent décisifs au sort de la première mission ethnographique et linguistique française qui, de 1931 à

places de ce gala sont achetées par de généreux mécènes tels que Raymond Roussel, Charles de Noailles ou Pablo Picasso. Le mécénat est donc une source de financement fréquent à cette époque et le système relativement hybride.

En outre, les conservateurs ont conscience du potentiel économique des pièces qu'ils collectent : les arguments afin de trouver des fonds soulignent la valeur marchande, et les investissements possibles, des objets collectés. Ainsi, la mission neuchâteloise en Angola sera bien plus rentable que n'importe quel autre moyen d'acquisition, puisqu'avec les 3 000 francs suisses alloués par les pouvoirs publics pour financer l'expédition, Théodore Delachaux rapporte 3 500 objets (Knodel, 2010: 200), d'une valeur approximative de 10 000 francs suisses¹⁴⁴. Delachaux avait pointé cet argument auprès des autorités de la Ville, soulignant non seulement que l'investissement initial permettait de faire des économies immédiates, mais qu'en plus, les pièces rapportées étaient un investissement en elles-mêmes (Reubi, 2010: 88) :

« L'investissement est important mais il est sûr, puisque c'est "une valeur qui augmentera toujours et à tous les points de vue"¹⁴⁵. L'argument n'est pas neuf et se retrouve à Bâle comme à Genève où Eugène Pittard considère ses collections comme "un véritable placement [...] qui, toujours, augmentera de valeur"¹⁴⁶ ».

De même qu'ils ont conscience de la valeur marchande des objets, les ethnologues ont conscience de ne pas rechercher et acquérir des objets uniquement pour leur propension à illustrer un fait social ; sur le terrain aussi, les ethnologues font

1933, allait parcourir des milliers de kilomètres entre Dakar et Djibouti » (Mare, 2017: 42).

¹⁴⁴ Il est difficile d'évaluer à combien 10 000 francs suisses de 1930 équivalent aujourd'hui en euros, voire même en francs suisses, puisque la situation monétaire entre la France et la Suisse est très compliquée dans les années trente : au début des années 1930, le franc acquiert le rôle de valeur refuge à cause de la crise économique mondiale, mais la tendance se renverse en 1933. Nous pouvons dans tous les cas conclure que la mission de Delachaux rapporte à son époque trois fois son investissement.

¹⁴⁵ Delachaux, Théodore. 1931. *Conférence préparatoire pour la 2^e mission scientifique suisse en Angola 1932-1933*. Neuchâtel (Archives MEN), manuscrit non publié, p. 5.

¹⁴⁶ *Procès-verbal de la commission du musée ethnographie de Genève*, 24 novembre 1938 (Archives MEG 350R.0689).

montre d'un intérêt tout relatif pour la valeur d'usage des objets et acquièrent aussi des objets auprès de marchands déjà installés sur place (Corbey, 2000, Steiner, 1991, 1994), ce qui contredit la thèse d'Estelle Fossey selon laquelle le statut des objets est lié à leur mode d'acquisition : un statut d'objet ethnographique pour les objets rapportés d'expéditions scientifiques et un statut d'œuvre d'art pour les objets acquis auprès de marchands (Fossey, 2011).

En outre, s'ils achètent auprès de marchands sur le terrain, les ethnologues acquièrent aussi des pièces chez les marchands installés en Europe, notamment auprès de marchands réputés, tels que Charles Ratton ou Pierre Vérité. Plus encore, les ethnologues ont aussi conscience des apports que le secteur privé et marchand peuvent apporter à l'institution muséale, comme Delachaux en son temps, louant les vitrines de magasins et de galeries¹⁴⁷. Finalement, la création de la revue *Documents* par Georges Bataille, Pierre d'Espezel et Georges Wildenstein en 1929 réunit artistes, marchands et anthropologues qui trouvent un terrain d'entente sur de nombreux points (Hollier, 1991) : la majorité des acteurs du champ sont en effet d'accord sur le fait que l'objet ethnographique ne possède pas qu'une seule valeur d'échange, mais est aussi pourvu d'une valeur d'usage. Cet usage est cependant pour les uns le reflet d'une pratique sociale et vient enrichir notre connaissance générale du monde ; il est, pour les autres, le perturbateur de ce savoir et permet sa dé(con)struction.

Ainsi, bien que les deux sphères se disputent et questionnent la légitimité du récit proposé pour ces objets, ethnologues et marchands collectionnent les mêmes objets, annoncent un objectif similaire – étendre la connaissance des Autres – et entrent ainsi en collaboration, ou en concurrence, à de nombreuses reprises et ce bien que le modèle français du musée d'ethnographie présenté *supra* souligne la forte implication de l'État dans la gestion du musée.

Les années trente constituent donc le moment de configuration des paradigmes muséaux en ethnographie et de la structuration de la discipline ; le discours sur les objets se consolide et le récit proposé voit naître une tension entre l'objet artistique et l'objet témoin, bien que, des deux côtés, de nombreuses nuances se

¹⁴⁷ *Rapport du Musée ethnographique de Neuchâtel*, 1935.

dessinent et que les idées, pratiques et représentations circulent et se modifient extrêmement rapidement. Ces années sont aussi le moment du rapprochement entre art moderne et objets ethnographiques : la reconnaissance qu'il existe une « affinité » entre le moderne et les objets ethnographiques, que ces objets font partie de la même famille artistique et donc que des objets « primitifs » sont de « l'art » (Clifford, 1996: 192). Ce moment est donc une « mutation taxinomique » (Clifford, 1996: 197) fondamentale à l'histoire du champ et à sa réappropriation à posteriori par les acteurs. Car, si le fait qu'en très peu de temps une série d'objets soit redéfinie est un moment important, il est intéressant de voir à quel point cette période est considérée comme fondamentale pour les acteurs du champ aujourd'hui et est largement célébrée et rappelée, tant dans les galeries que dans les expositions de musées. Ce renvoi perpétuel aux années trente oblitère le fait que les catégories en jeu ne sont ni permanentes ni transcendantes dans le temps et l'espace et que les objets racontent des histoires différentes selon les endroits et les gens, selon le « système des objets » auquel ils appartiennent (Baudrillard 1968). En effet, si l'appropriation des objets ethnographiques par les chercheurs et le public européens se nourrit dans les années trente d'une passion pour l'exotisme alimentée par les courants modernes, cette modalité « d'ingestion » des objets se modifie au cours des époques, comme nous le verrons¹⁴⁸.

2.3 L'APRÈS SECONDE GUERRE MONDIALE

Après la Seconde Guerre mondiale, « l'heure est à "l'entente internationale" » (Mairesse, 2002: 78) : la fondation de l'UNESCO vise à rapprocher les peuples par la culture et les musées se regroupent au sein de l'ICOM. Les échanges de collections, d'expositions, de savoirs, de pratiques se multiplient ; les réseaux s'internationalisent, y compris ceux de la collecte des objets ethnographiques et des musées d'ethnographie. L'Après-Seconde Guerre mondiale voit les États-Unis occuper une place de plus en plus importante au sein de ces réseaux ; la répartition des lieux de ventes aux enchères se reconfigure principalement autour de New York ; les galeries migrent aux États-Unis ; les productions des musées américains sont observées avec attention en Europe. Avec la décolonisation et des

¹⁴⁸ Voir *infra*, Chapitre 6, point 6.2 Le théâtre de l'Autre, p. 416.

climats politiques souvent précaires, la sortie des objets de leurs pays d'origine connaît une très grande hausse dès les années cinquante et le marché est en pleine expansion favorisant les trafics en tous genres. Les États sont forcés de regrouper leurs efforts et de s'unir pour mettre en place une législation efficace concernant le trafic des biens culturels.

2.3.1 Les rapports entre Europe et États-Unis

Dans l'après Seconde Guerre mondiale, deux ventes marquent les esprits : la vente Félix Fénéon en 1947 et la vente Helena Rubinstein en 1966, pour des raisons sensiblement identiques – les lots jugés de très haute qualité et les bénéfiques de la vente. Cette qualité relève principalement de la provenance des objets, confirmant l'importance de l'art moderne et des artistes des avant-gardes parisiennes dans la valeur accordée aux pièces. En outre, ces ventes illustrent le déplacement du marché des arts africains et océaniens du côté des États-Unis après la deuxième guerre mondiale.

Les mouvements entre États-Unis et France

La vente de la collection Félix Fénéon prend place les 30 avril, 30 mai, 11 et 13 juin et 9 juillet 1947, à l'Hôtel Drouot et est considérée comme une vente majeure du champ (De Sabran, n.d.)¹⁴⁹. Fénéon s'était entouré de nombreux artistes d'art moderne : il était proche d'Apollinaire et avait soutenu Matisse dès ses débuts. Outre sa proximité avec les avant-gardes, Fénéon est surtout connu pour son *Enquête sur des arts lointains* (2000 [1920]), interrogeant vingt personnalités du champ de l'objet ethnographique – ethnologues, artistes, explorateurs, collectionneurs et marchands – sur les chances de voir les « arts lointains » entrer au Louvre.

« Jean Guiffrey, curator of painting at the Louvre at the time, concluded his contribution to the survey with a scathing judgment: "It would be paradoxical to compare the stammerings of civilizations still in their infancy,

¹⁴⁹ A noter qu'aucune recherche n'a été effectuée sur l'histoire de la collection Fénéon. Seul le département d'art africain et océanien de Sotheby's, sous la direction de Marguerite de Sabran, a effectué quelques recherches et sollicité divers spécialistes (Philippe Dagen, Maurice Imbert, Guy Loudmer) pour la documentation de la statue fang mabea (lot 36) de la vente Arts d'Afrique et d'Océanie du 18 juin 2014 (Paris).

curious as they are, with the most perfect works of human genius for which the Louvre already has but limited space » (De Sabran, n.d.)¹⁵⁰.

Les États-Unis ne sont cependant pas en reste : en 1966, la galerie Parke-Bernet vend à New York la collection d'Helena Rubinstein, sur ordre des exécuteurs testamentaires. Parmi cette collection générale, une collection d'art dont la vente totalise cinq millions de dollars ; parmi cette collection d'art, 261 objets africains et océaniques. Un masque sénoufo est vendu 80 000 dollars et un objet retient l'attention : la sculpture de la Reine bangwa, particulièrement bien documentée. Pourtant, celle-ci ne sera vendue que 29 000 dollars¹⁵¹. En 1990, elle fera cependant surface à une vente aux enchères et sera vendue pour trois millions cinq cent mille dollars à la Fondation Musée Dapper où elle se situe toujours actuellement. Le catalogue de la vente *The Helena Rubinstein collection : african and oceanic art, part one and two*, nous permet d'observer que les pièces sont majoritairement des sculptures d'Afrique noire, du Gabon, du Congo et de Côte d'Ivoire.

Il est intéressant de noter que ces deux ventes obtiennent ce succès en grande partie grâce à des pièces jugées de qualité : ce jugement s'opère majoritairement sur le fait que les pièces proviennent de collections précédentes proches des avant-gardes artistiques françaises. Ainsi se construit petit à petit la notion de « *pedigree* » d'une pièce que nous verrons *infra*¹⁵².

En outre, ces ventes marquantes ne sont pas orchestrées par des maisons de ventes, mais par des commissaires-priseurs. C'est le cas de toutes les ventes aux enchères en France, car elles y connaissent une situation particulière : malgré ce développement du marché dans les années cinquante, les deux plus grandes

¹⁵⁰ « Jean Guiffrey, à l'époque conservateur des peintures au Musée du Louvre, conclut sa contribution à l'enquête par un jugement cinglant : "il serait paradoxal de comparer les balbutiements de civilisations encore à leurs commencements, aussi curieuses qu'elles puissent être, aux plus parfaites des œuvres du génie humain pour lesquelles le Louvre ne possède déjà qu'un espace limité" ».

¹⁵¹ Soit 232 000 dollars en 2018.

¹⁵² Voir Chapitre 5, point Le pedigree et la provenance : le poids du parcours d'un objet, p. 365.

maisons de ventes aux enchères présentes sur le marché ne sont pas françaises et n'y tiennent donc toujours pas marteau. La législation en vigueur le leur interdit, jusqu'en 2001, date à laquelle est brisé le monopole des commissaires-priseurs et des officiers ministériels français. Pendant ce temps, Sotheby's et Christie's ne se sont implantées que dans des pays limitrophes ou alentours et « rapatrient » les ventes qui pourraient se dérouler sur territoire français, Paris n'hébergeant que des bureaux de représentation. La Suisse bénéficie ainsi de ce rapatriement : Christie's y est implantée depuis 1968, à Genève, et Sotheby's en 1969, à Zurich, et en 1976 à Genève. Sur cette lancée, l'Hôtel des ventes de Genève ouvre en 1978. Au moment de la libéralisation du marché en 2001, une refonte des spécialisations et des lieux de ventes est effectuée dans les deux maisons. Dès ce moment, Londres perd petit à petit sa place de centre de vente d'art africain et océanien en Europe. Ce processus se déroule en deux temps : un premier mouvement voit les ventes importantes se dérouler en majorité aux États-Unis, puis un deuxième mouvement voit les ventes revenir en Europe, mais à Paris, et non dans la capitale anglaise.

Le mouvement vers les États-Unis s'amorce dès la fin de la Première Guerre mondiale et les marchands se déplacent de plus en plus sur le continent américain. Paul Guillaume évoque en effet « la désolation sur les marchands » que l'après Première Guerre mondiale a provoquée en Europe et ne cache pas sa satisfaction à envoyer ses pièces à New York afin d'y ouvrir un nouveau marché. Il y rencontre en 1920 Alfred Barnes et rassemble pour ce dernier une collection qui est publiée dans l'ouvrage *Primitive Negro Sculpture* en 1926. La publication devient fameuse et reste aujourd'hui une référence des pièces jugées de grande qualité. Ainsi, lorsque la France rouvre son marché aux maisons de ventes en 2001¹⁵³, Londres a perdu sa place de centre de vente et c'est vers Paris, enfin ouvert aux officiers et maisons non français, que se tournent les maisons de ventes pour installer leur département d'art africain et océanien et y organiser leurs ventes les

¹⁵³ Sous pression de l'Europe, car en 1996 Sotheby's et Christie's portent plainte auprès de la Commission européenne à Bruxelles pour monopole de fait. Quatre ans plus tard, la France se voit sommée de voter la fin du monopole.

plus majestueuses. Aujourd'hui encore, les experts restent partagés sur l'importance respective de Paris et New York, comme nous le verrons *infra*¹⁵⁴.

Un modèle muséal français *versus* un modèle américain ?

Ce rapport entre États-Unis et France se retrouve du côté des musées, souvent opposés en un paradigme anglo-saxon et un paradigme européen (Fossey, 2011, Murphy, 2009)¹⁵⁵. Pour Raymonde Moulin (1995), c'est le système de financement qui diffère, la tradition philanthropique américaine et le libéralisme économique ayant grandement participé à diminuer le rôle de l'État. À cela s'ajoutent les considérations juridiques et légales, les pays anglo-américains reposant sur le *common law* et un droit jurisprudentiel alors que les pays européens appliquent un droit latin. Ces différences institutionnelles sont aussi pointées par Pomian (1987: 301) et ont des répercussions sur l'organisation des musées et les choix des objets conservés et présentés : le système américain, davantage orienté vers des fonds privés, permet en effet une marge de manœuvre plus grande que le modèle français ; l'imbrication dans des logiques marchandes et économiques a orienté le développement des musées américains en des ailes consacrées à des donations d'objets par certains collectionneurs et les expositions ont bénéficié d'un fort apport des marchands, non seulement en objets, mais aussi par leur décision sur les dispositifs de présentation des pièces. Si cette collaboration n'est pas inexistante en France – où nous avons vu que des marchands prêtent leurs objets et interviennent dans l'environnement du musée – elle reste bien moindre qu'aux États-Unis. Elle connaîtra même un fort ralentissement dû au contexte juridique et institutionnel qui se développe après la Seconde Guerre mondiale.

Ces différences institutionnelles de rapports entre économie et culture ne s'appliquent pas uniquement dans les rapports entre le musée et le marché ; comme le rappelle François Mairesse (2002), le projet muséal se complexifie

¹⁵⁴ Voir Chapitre 2, point 4.1.1 Paris – New York : une course serrée, p. 228.

¹⁵⁵ Notons que si ces deux paradigmes sont souvent opposés, il existe parfois certaines nuances, comme l'intégration d'un paradigme soviétique ou allemand, les pays communistes ayant fourni l'exemple d'une administration bureaucratique complexe sous un contrôle politique et idéologique total (Moulin, 1995).

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

Ces considérations générales se retrouvent dans les musées d'ethnographie. Le lien fort à l'État est prégnant en France, par les différentes fonctions que possède le musée : enseignement, recherche, conservation¹⁵⁶. Si le musée entretient un lien étroit avec l'État français, ce n'est pas uniquement dans ses rapports de gestion de l'institution muséale, mais aussi dans ses rapports avec d'autres institutions de l'État : la recherche et l'éducation académique, mais aussi le développement économique et politique des colonies et donc de la France. Pour Maureen Murphy (2009), la différence entre le modèle américain et le modèle français est aussi visible dans les musées d'ethnographie sur d'autres points que celui des financements privés ou que celui du lien à l'État ; les objets ethnographiques

¹⁵⁶ Comme vu *supra*.

entrent au MoMA, le musée d'art de New York, vingt ans avant d'entrer dans un musée d'art français ; après la Seconde Guerre mondiale, le Musée de l'Homme n'est jamais rénové et entre dans une phase de stagnation qui voit son délabrement augmenter petit à petit, alors que les musées américains continuent de se développer : le Museum of Primitive Art ouvre en 1956 avec la collection Nelson Rockefeller, en 1978 le musée est fermé et ses collections sont déplacées au Metropolitan Museum, dans une aile spécialement consacrée, l'aile Michael Rockefeller ; en 1984, l'exposition *Primitivism in 20th Century of Art : affinity of the tribal and the modern* du MoMA vient consacrer l'entrée des arts africains et océaniens dans les musées d'art américains. Deux modèles distincts d'appréhension de l'objet ethnographique se développent entre la France et les États-Unis jusque dans les années quatre-vingt, notamment à cause des paradigmes muséaux fort différents. Ces deux appréhensions différentes de l'objet sont liées aux modalités d'institutionnalisation de l'ethnologie, différentes entre la France et les États-Unis. Comme nous l'avons vu *supra*, l'ethnologie qui se développe en France dans les années trente possède des caractéristiques – méthodologiques, épistémologiques, etc. – qui ont, *de facto*, participé à la création d'un paradigme des musées d'ethnographie français.

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

Si la Suisse ne peut prétendre entretenir les mêmes relations à l'État concernant la place du musée d'ethnographie dans le développement des colonies, leurs rapports sont cependant soutenus, voire parfois conflictuels. Ainsi, à Neuchâtel, l'enseignement de l'ethnologie relève du Canton, alors que le musée d'ethnographie est géré par la Ville ; au moment de remplacer Charles Knapp, conservateur du musée et professeur à l'Université, le Canton et la Ville entrent

alors en tractations qui se soldent par un échec et la suspension de la chaire d'ethnologie. En outre, si la Suisse ne se repose pas sur ses colonies pour acquérir des objets et structurer le développement de la discipline, les musées d'ethnographie suisses s'inscrivent dans le contexte colonial de manière alternative : ainsi, ils profitent des réseaux coloniaux mis en place par leurs voisins (Reubi, 2011: 47) et les utilisent en négatif pour justifier d'un nouveau discours identitaire (Doyen, 2012: 15). L'exploitation de ces réseaux coloniaux se fait par l'engagement de colons ou de missionnaires par les directeurs de musées suisses¹⁵⁷, mais aussi par leur insertion dans les réseaux de ventes des galeries, qui utilisent largement les voies coloniales françaises et belges. En outre, le musée d'ethnographie tel qu'il se développe en France influence les pratiques suisses, comme le relève Serge Reubi : dans son historique des musées d'ethnographie suisses, ce dernier conclut qu'on ne peut parler d'une « école suisse » vu l'hétérogénéité du paysage muséal suisse (Reubi, 2011: 58) et que « deux modes de constitution des musées ethnographiques suisses se dessinent » (Reubi, 2011: 193). Le premier se développe du côté germanophone et le second du côté neuchâtelois et genevois ; les premiers sont influencés par la structure patricienne protestante bâloise et les recherches allemandes, notamment humboldtiennes, alors que les seconds sont influencés par le Musée du Trocadéro (Eugène Pittard du MEG y sera formé, par exemple) et les savants français, les frontières linguistiques n'étant pas étrangères à cette division (Reubi, 2011: 375).

Les États-Unis occupent une place importante dans la période qui suit la Seconde Guerre mondiale en proposant des alternatives tant aux musées qu'aux marchés : le mouvement vers New York qu'amorcent les marchands permet le développement des marchés d'art africain et océanien aux États-Unis et fera progressivement perdre à Londres sa place de centre de l'art africain et océanien. Le développement des marchés et donc des collectionneurs impacte fortement les musées d'ethnographie qui, grâce à un système américain permettant davantage d'implications des sphères privées dans les institutions, voient le développement

¹⁵⁷ Ainsi la correspondance d'Eugène Pittard au Musée d'ethnographie de Genève montre les nombreuses demandes du directeur du musée à des colons, missionnaires ou mêmes institutions coloniales étrangères (par exemple, Eugène Pittard au ministère des Colonies du Royaume de Belgique, le 2 novembre 1918. AVG 350.A.1.1.1.4/12).

d'ailes ou de département consacrés à ces objets. Les fonctionnements légaux, institutionnels et administratifs sont cependant différents entre les États-Unis et l'Europe, de même que le développement et l'institutionnalisation de l'ethnologie dans un pays concerné ni par les mêmes enjeux (la colonisation) ni par les mêmes objets (amérindiens plutôt qu'africains). Ainsi, les développements des musées d'ethnographie s'effectuent sur des modalités de conservations et de présentations des objets différentes des pratiques en cours en Europe et fournissent des modèles alternatifs qui amènent à questionner les institutions européennes.

2.3.2 Reconfiguration du paysage juridique et institutionnel

Les musées d'ethnographie

Nous avons vu que, dans les années trente, les musées d'ethnographie plébiscitent une scénographie plutôt fonctionnaliste, avec un objectif didactique¹⁵⁸. Même si l'esthétique de la présentation des objets est prise en compte, leur contexte de production et leur statut d'objet témoin restent l'élément majeur mis en avant. Dans la seconde moitié du 20^e siècle, la discipline elle-même évolue de façon importante : la décolonisation, la protestation des intellectuels africains sur la réification de l'Afrique par le monde colonial, amènent les ethnologues à s'interroger de façon de plus en plus intense sur leurs pratiques et sur le rôle et les objectifs de la discipline. Dans les années cinquante, Michel Leiris est un des premiers ethnologues français à mettre en doute les déclarations sur le concept d'authenticité et la recherche de cette authenticité par les ethnologues ; l'ethnologie commence à remettre en cause la recherche de l'essence des sociétés¹⁵⁹ et la désigne de plus en plus comme une construction ; ainsi, le paradigme du « one tribe, one style »¹⁶⁰ (Kasfir Littlefield, 1984) est remis en question. Un « malaise ethnographique postcolonial » s'installe, qui amène la discipline à de fortes remises en causes dans l'après-guerre et qui donne

¹⁵⁸ Voir *supra*, point Des musées face aux choix scientifiques, pédagogiques et artistiques, p. 113.

¹⁵⁹ J'entends ici par essence, *essentia* dans son acception platonicienne, reprise par Sénèque (Ep. 58, 6) : la nature et l'ensemble des caractères constitutifs d'un objet, qui fait de celui-ci l'archétype et le modèle des autres.

¹⁶⁰ Qui considère les sociétés comme circonscrites dans le temps et l'espace et possédant chacune un style défini révélant *l'essence* de la société.

naissance, dès les années quatre-vingt, aux écrits post-modernes et réflexifs sur l'anthropologie.

Paradoxalement, l'institution muséale ne suit pas les mêmes évolutions que sa discipline académique ; alors que l'ethnologie et le musée d'ethnographie sont, dans les années trente, des entités fusionnelles, elles divorcent peu à peu après la Seconde Guerre mondiale. Le fossé se creuse de plus en plus entre le musée, qui reste attaché à l'étude des productions matérielles, et la discipline qui se tourne davantage vers l'étude des pratiques et des représentations, fondamentalement immatérielles. Le fossé se creuse aussi entre les professionnels : pour les ethnologues investis dans la recherche théorique et académique, l'étude des objets ne fait pas progresser l'ethnologie de façon significative. Ce schisme était déjà embryonnaire dans les remarques faites par Arnold van Gennep à ses collègues du Musée d'ethnographie de Neuchâtel dans les années vingt : pour ce dernier, classer et décrire des objets entrés dans un musée n'a aucun sens, ces derniers ayant perdu leur valeur d'usage au moment de leur entrée au musée. Cette réflexion sur la perte de la valeur initiale de l'objet au moment de son arrivée dans des collections muséales s'intensifie dans le contexte après-guerre et de nombreuses voix s'élèvent pour affirmer que les objets ethnographiques ne peuvent avoir qu'une valeur esthétique une fois retirés de leur contexte d'utilisation. Ces affirmations s'inscrivent dans des réflexions plus larges autour de la place de l'institution muséale : la volonté du musée de recréer le réel est remise en cause et les recherches mettent en évidence la réécriture et la reconstruction que l'institution muséale opère sur le réel, plutôt que le mimétisme envisagé et voulu. Ainsi, les présentations ne peuvent être qu'esthétiques. Comment les musées d'ethnographie de France, de Suisse et de Belgique réagissent-ils à ces changements contextuels et académiques ?

Le Musée de l'Homme reste rattaché au Museum d'histoire naturelle et continue d'envisager l'être humain de façon complète en associant ethnologie, archéologie et biologie, selon la pensée de Paul Rivet : « L'humanité est un tout indivisible, non seulement dans l'espace, mais aussi dans le temps » (Rivet, 1948: 112).

Georges Henri Rivière de son côté a fondé le Musée national des Arts et Traditions populaires (MNATP) en 1937, qu'il dirige jusqu'en 1967, avant d'être remplacé par Jean Cuisenier. Consacrée uniquement à la société française traditionnelle et rurale, la fondation du MNATP entérine la séparation entre une ethnologie du proche, consacrée à la France et au folklore, et une ethnologie du lointain, consacrée aux peuples non européens. Faisant perdurer le concept de « musée-laboratoire », Georges Henri Rivière rattache le centre d'ethnologie française au musée. Ainsi recherche académique et institution muséale restent liées, le directeur du musée assumant aussi la direction du centre d'ethnologie du CNRS.

Le débat sur l'importance formelle des objets ne s'éteint pas : Cuisenier, continuant la réflexion de Rivière, considère la plasticité de l'objet comme le lieu où s'exprime la subjectivité de l'auteur. La muséographie doit, selon lui, coordonner à la fois l'intention de l'auteur – et sa dimension subjective – avec la matérialité objective de l'objet. La reconnaissance des objets ethnographiques en tant qu'art est entérinée par le changement de nom du Musée de la Porte-Dorée : le Musée des Colonies, fondé en 1931 et rattaché au ministère des Colonies, est devenu successivement le Musée de la France d'Outre-Mer rattaché au ministère de la France d'Outre-Mer, puis en 1960, sous André Malraux, le Musée des Arts africains et océaniens, rattaché au ministère de la Culture. André Malraux avait lui-même développé la réflexion sur le rôle du musée dans *Le Musée imaginaire*, où il tente de démontrer comment le musée transforme tout objet en œuvre d'art. Il commande en outre avec Georges Salle un ouvrage sur l'art africain : *Afrique noire : la création plastique* sort en 1967 et est rédigé par Michel Leiris et Jacqueline Delange pour la collection de Gallimard *Histoire de l'art mondial*.

Du côté belge, l'indépendance du Congo belge est proclamée le 30 juin 1960 et le Musée du Congo belge devient le Musée royal de l'Afrique centrale¹⁶¹. Il continue

¹⁶¹ Notons que le nom du musée a été plusieurs fois remis en question, suivant les mouvements des collections : en effet, puisque le musée abrite des objets océaniens, plusieurs propositions ont été faites pour renommer le musée de façon plus large, cependant, aucun consensus n'a été trouvé, rappelant par là le problème de définition des

d'entretenir des liens forts avec l'ancienne colonie belge : en 1970 sont fondés les musées nationaux du Congo et la Belgique fait à cette occasion une donation de centaines de pièces aux musées congolais (Corbey, 1999, Mumbembele, 2014-2015). Comme le rappelle Placide Mumbembele dans sa thèse (2014-2015: 199), « l'histoire des collections des musées des deux pays est liée à leur histoire politique » et les collections sont un véritable enjeu politique à elles seules : en janvier 1960, une table ronde réunit des délégués congolais et bruxellois à Bruxelles. Si les Congolais demandent l'indépendance, d'autres revendications émergent. Différents problèmes entre la colonie et la Belgique ainsi que le rapatriement de l'or à Bruxelles font naître un sentiment de spoliation chez les Congolais qui demandent l'inventaire des biens. Les objets des collections du Musée du Congo belge font partie de ces biens :

« L'inventaire du Musée Colonial de Tervuren, suivi du partage des biens qui le composent qui sont la propriété du Congo. Nous suggérons que le Gouvernement belge crée au Congo un immeuble similaire à ériger au moyen de ses propres fonds » (Mumbembele, 2014-2015: 201).

Ces revendications sont prises très au sérieux en Belgique. L'inquiétude est même telle que le Ministre des Colonies demande à l'Administrateur général, André Durieux, de vérifier légalement à qui appartiennent les collections du musée. André Durieux livre son rapport qui stipule que les collections sont divisées en plusieurs catégories et qu'une partie du patrimoine appartient à la Colonie, une autre à la Belgique métropolitaine. Le statut du musée n'est pas certain : il devrait être considéré comme une institution coloniale, mais il est aussi un service extérieur du ministère du Congo belge. Cet état des lieux ne convient pas au directeur du musée, Lucien Cahen, pour qui il faut aussi prendre en considération des éléments extra juridiques : le mode d'acquisition des collections (réquisitions, achats aux Africains, achats en Europe, dons, legs ou échanges), les largesses du Congo vis-à-vis des musées étrangers (le musée de Tervuren ne monopolise donc pas les collections congolaises et il existe une démarche d'internationalisation de

collections et donc de nom des musées d'ethnographie qu'a aussi connu le Musée du quai Branly-Jacques Chirac au moment de sa création.

la question de la propriété des objets muséaux¹⁶²), l'existence au Congo de collections (il n'est pas vidé de son patrimoine). Ces réflexions sont intéressantes en ce qui nous concerne, car sur ce dernier point, Cahen établit une différence entre des objets ethnographiques et des objets artistiques et il pose la question de la valeur marchande de ces objets : il est évident que la valeur économique des pièces sera un argument central du débat. Le refus de rendre la totalité des collections au Congo s'articule aussi sur plusieurs points : les conditions de conservation en Afrique sont jugées mauvaises et, dans le cas où les objets seraient rapatriés, le patrimoine serait morcelé et donc non étudiable dans son ensemble.

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

Malgré ces bonnes intentions, trois ans après, les pièces n'ont toujours pas regagné le Congo et Mobutu s'empare de l'affaire pour soulever la question des restitutions des biens aux anciennes colonies, lors du 3^e Congrès extraordinaire de l'Association internationale des critiques d'art et, surtout, lors de la 28^e

¹⁶² Il est intéressant de noter que cet argument est le même que celui des grands musées européens défendant l'existence d'un « patrimoine universel » et donc des « musées universels », voir *supra* Chapitre 1, L'art est-il universel ?, p. 40.

Assemblée générale des Nations unies à New York en 1973. Il met en avant le pillage qu'ont subi les pays d'Afrique. La résolution 3187, concernant la restitution des œuvres d'art, est proposée par le Zaïre lors de cette Assemblée générale et adoptée par 113 voix contre 0, avec 17 abstentions.

Les deux cents pièces promises sont alors envoyées au Zaïre, entre 1976 et 1982¹⁶³. Parallèlement, au début des années soixante-dix, l'Institut des Musées nationaux du Congo rassemble environ 50 000 objets. Cependant, la quasi-totalité des collections du musée disparaît lors de la chute de Mobutu et un grand nombre d'objets ont ensuite été retrouvés sur les marchés d'Europe. Raymond Corbey (1999: 13) mentionne l'exemple cette statue hamba, vraisemblablement ancienne pièce du Musée de Tervuren offerte au Congo, retrouvée à la vente de Christie's du 29 juin 1994, lot numéro 25, et estimée entre 80 000 et 135 000 dollars.

La protection des biens culturels

Ce développement du marché dans l'après Seconde Guerre mondiale a pour conséquence une augmentation des trafics illicites. En outre, l'intervention de Mobutu aux Nations Unies nous montre que le débat sur la propriété des biens culturels s'intensifie et que la question de la restitution ou non de ces objets à leur pays d'origine est de plus en plus mise sur la table. L'Unesco nouvellement créée intervient alors pour protéger les objets, et d'autres organismes à vocation de régulation du marché, de promotion d'outils éthiques et pragmatiques ainsi que de fédération des acteurs concernés voient le jour¹⁶⁴.

LA CONVENTION DE L'UNESCO ET UNIDROIT

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

La Convention concernant les mesures à prendre pour interdire et empêcher l'importation, l'exportation et le transfert de propriété illicite des biens culturels –

¹⁶³ Voir aussi les recherches faites par Boris Wastiau et présentées dans le catalogue *Congo-Tervuren aller-retour : le transfert des pièces ethnographiques du Musée royal de l'Afrique centrale à l'Institut des Musées nationaux du Zaïre, 1976-1982* (2000).

¹⁶⁴ Notons que cet essor dans les années soixante ne signifie pas qu'il n'existait aucune réglementation auparavant ; Serge Reubi rappelle que les scientifiques avaient besoin d'une accréditation coloniale avant leur départ, ce qui différenciait les scientifiques des marchands et permettait de réguler le trafic des objets (Reubi, 2010: 88).

1970 demande aux États la ratifiant d'agir pour protéger préventivement l'exportation illicite de biens culturels, de coopérer internationalement pour lutter contre ce trafic et de prendre des mesures pour restituer :

« tout bien culturel ainsi volé et importé après l'entrée en vigueur de la Convention à l'égard des deux États concernés, à condition que l'État requérant verse une indemnité équitable à la personne qui est acquéreur de bonne foi ou qui détient légalement la propriété de ce bien »¹⁶⁵.

La Convention n'étant pas *self-executing*, chaque État s'engage à la ratifier dans son pays après l'avoir signée. La Convention entre en vigueur trois mois après que les instruments de ratification ont été déposés. À ce jour, cent trente-deux États l'ont ratifiée. Les premiers États signataires sont l'Équateur et la Bulgarie en 1971. Il faut attendre 1997 pour que la France ratifie la Convention, 2003 pour la Suisse et 2009 pour la Belgique.

Un grand nombre de pays ont signé la Convention après 1995, date à laquelle un autre instrument de lutte contre le trafic illicite se développe : la Convention Unidroit (Institut international pour l'unification du droit privé). Cette dernière est sollicitée par l'Unesco pour compléter la Convention de 1970. Elle est considérée comme plus sévère et surtout comme plus contraignante sur plusieurs points : elle s'étend à tous les biens culturels et non pas seulement à ceux inventoriés ou déclarés¹⁶⁶. Les objets rituels et considérés comme sacrés entrent dans cette catégorie ; la restitution des objets devient obligatoire, même si une compensation

¹⁶⁵ Disponible en ligne : <http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/illicit-trafficking-of-cultural-property/1970-convention/> [consulté pour la dernière fois le 18 avril 2018].

¹⁶⁶ Article 2, *Convention Unidroit*, 1995 : « Par biens culturels, au sens de la présente Convention, on entend les biens qui, à titre religieux ou profane, revêtent une importance pour l'archéologie, la préhistoire, l'histoire, la littérature, l'art ou la science et qui appartiennent à l'une des catégories énumérées dans l'annexe à la présente Convention ». Ces catégories sont au nombre de onze et certaines nous intéressent particulièrement : « b. les biens concernant l'histoire ; c. les produits de fouilles archéologiques ; d. les éléments provenant du démembrement de monuments artistiques ou historiques et des sites archéologiques ; e. objets d'antiquité ayant plus de cent ans d'âge ; f. le matériel ethnographique ; g. les biens d'intérêts artistiques » (Annexe de la Convention Unidroit, 1995).

financière est prévue pour le possesseur s'il peut prouver qu'il ne savait pas que l'objet était volé ; les délais de prescription sont rallongés ; la contribution majeure est sûrement l'introduction d'un « principe de diligence », que tout acquéreur doit mobiliser au moment d'un achat et qu'il doit pouvoir prouver lorsqu'un vol est soupçonné. L'exercice de diligence concerne la consultation des listes des objets volés, l'utilisation des outils fournis par l'Unesco et l'ICOM, etc. La présomption de bonne foi, centrale à la Convention de 1970, est fortement atténuée dans la Convention Unidroit. En outre, Unidroit vise particulièrement les acteurs des échanges d'objets, puisqu'il est prévu que la compensation financière mentionnée soit payée par la personne qui a transféré l'objet au possesseur. Finalement, Unidroit couvre le droit privé et est *self-executing*, alors que la Convention de l'Unesco ne couvre que le droit public, est *non self-executing* et doit être ratifiée par chaque État membre.

Suite à son entrée en vigueur en 1998, de nombreux pays ont finalement préféré signer la Convention de l'Unesco plutôt que celle d'Unidroit, jugée trop contraignante. Seuls quarante et un États ont ratifié Unidroit. La France l'a signée en 1995 et la Suisse en 1996, mais aucun de ces deux pays ne l'a ratifiée. La Belgique ne l'a pas signée du tout¹⁶⁷.

LA SUISSE : PLAQUE TOURNANTE DU MARCHÉ DE L'ART

La Suisse occupe une place bien particulière dans le paysage du trafic d'objets d'art. De façon générale, elle est souvent qualifiée de « plaque tournante » du marché. En 2002, Andrea Rachèr, juriste de l'Office fédéral de la Culture déclare qu'« aujourd'hui, en Suisse, il est plus facile d'importer des statues grecques que des tomates »¹⁶⁸.

Jusqu'à la ratification en 2003 de la Convention de l'Unesco sous le terme de LTBC (Loi sur le transfert des biens culturels), la réglementation en matière d'échange et de transport d'objets d'art était presque inexistante. Pourquoi le gouvernement suisse a-t-il été autant réticent à mettre en place une réglementation

¹⁶⁷ Tous ces chiffres sont disponibles sur le site de l'Unesco : <http://www.unidroit.org/fr/etat-signatures-ratifications-cp> [consulté pour la dernière fois le 28 avril 2018].

¹⁶⁸ Bernard Léchet, 29 août 2002. « Le pillage culturel en cause », *swissinfo.ch*. Article disponible sur <http://www.swissinfo.ch/fre/le-pillage-culturel-en-cause/2902014> [consulté pour la dernière fois le 28 avril 2018].

à ce sujet et quelle influence cela a-t-il eu sur le marché, plus particulièrement celui des objets ethnographiques ?

Le marché de l'art suisse a acquis au fil des ans un poids énorme : cinq pays s'accaparent en effet 80 à 90% des échanges d'objets d'art depuis les années soixante (Guex, 2002) : les États-Unis, la Grande-Bretagne, la Suisse, l'Allemagne et la France, dans leur ordre d'importance. Grâce aux statistiques douanières suisses, Sébastien Guex (2002) a suivi l'évolution des importations et des exportations des objets et discerne deux phases dans l'évolution du marché en Suisse : une première phase, de la fin du 19^e au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, dans laquelle les chiffres du commerce de l'art sont parallèles à ceux du commerce extérieur suisse : l'essor est lent mais certain. Une deuxième phase, dès la fin de la Seconde Guerre mondiale, montre une hausse rapide du commerce des biens culturels. En effet, les chiffres centuplent, alors que jusque-là ils ne faisaient « simplement » que décupler (fig. 1 et 2).

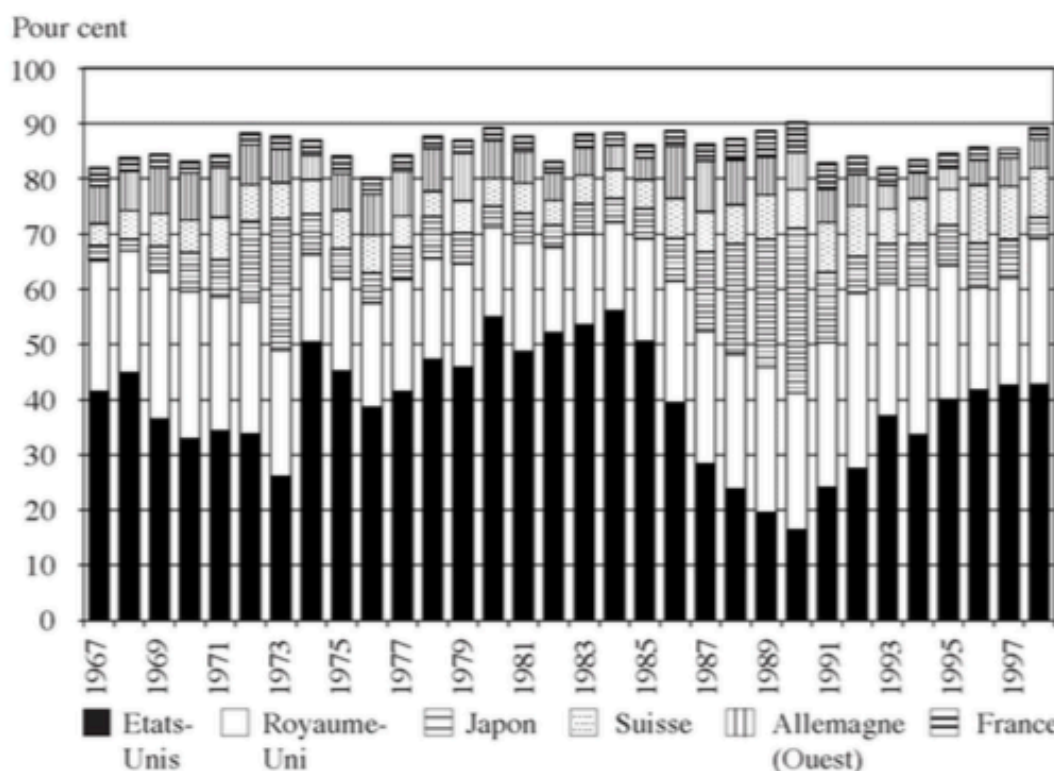


Fig. 1: Part de différents pays dans les importations mondiales d'objets d'art 1967-1998 (en pour cent), issu de GUEX, 2002.

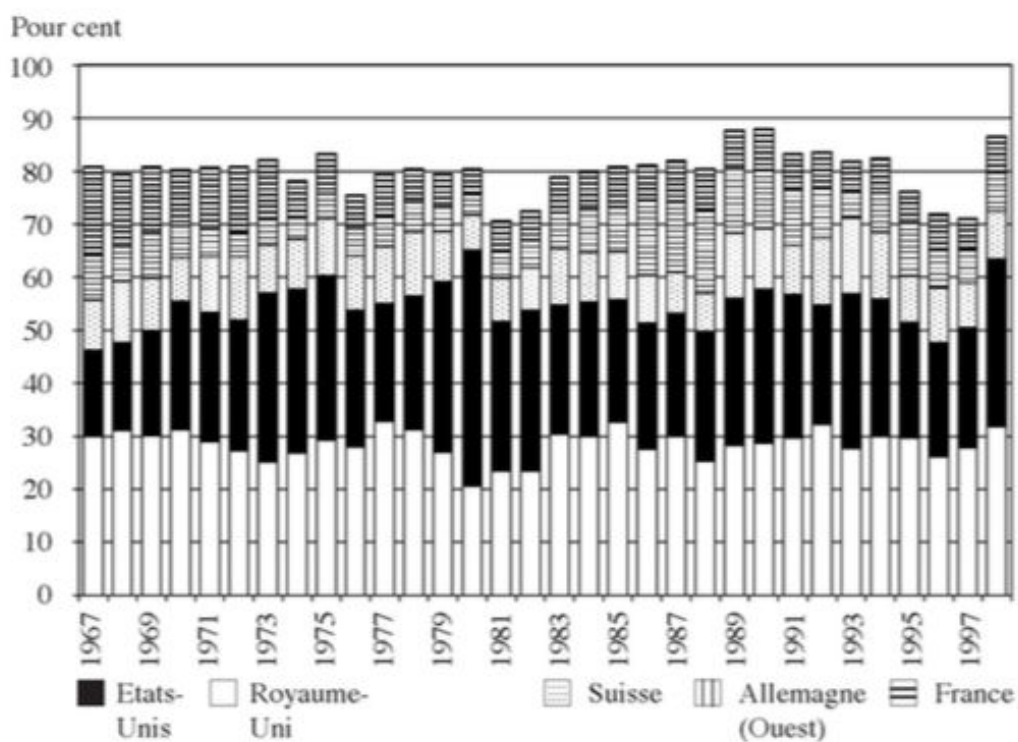


Fig. 2: Part de différents pays dans les exportations mondiales d'objets d'art 1967-1998 (en pour cent), issu de GUEX 2002.

On peut penser que quelque chose s'est passé en 1945 ; en réalité, c'est avant que tout se joue. Certaines mutations arrivées avant-guerre dévoilent leurs atouts au lendemain de la Seconde Guerre mondiale : la Suisse constitue, par des collections publiques ou privées, un stock d'objets important avant les deux guerres mondiales. Avec la crise économique mondiale provoquée par la première guerre et son système bancaire dont une des forces et très certainement le secret bancaire, la Suisse devient un pays refuge où il est possible de stocker pendant un long laps de temps des valeurs importantes, et ce sans taxations. Les importations sont même telles qu'en 1921 le Gouvernement suisse prend des dispositions pour protéger les artistes suisses et limiter les importations d'œuvres d'art¹⁶⁹. À cela s'ajoute l'arrivée au pouvoir des nazis, et leurs mesures contre l'art dégénéré, qui ont poussé à la migration en Suisse des collectionneurs, marchands et artistes, ainsi que de leurs objets. Le marché s'appuie sur ces facteurs pour amorcer son décollage en 1945, puis plusieurs autres éléments confortent la place de la Suisse comme exportateur important d'œuvres d'art. La neutralité a permis de conserver

¹⁶⁹ Arrêté du Conseil fédéral du 15 juillet 1921, *Feuille fédérale*, 1921, n°4, p. 28.

sur le long terme les circuits commerciaux et l'absence de la Suisse dans la plupart des organisations internationales lui a permis d'échapper à une législation de plus en plus contraignante ; les ports-francs de Genève sont à ce titre un excellent exemple d'une pratique légale floue et permissive. François Curiel, président de Christie's Europe déclarait en 2006 :

« Les ports-francs ne sont pas étrangers au fait que Genève est une des plus importantes places des ventes aux enchères d'objets de luxe au monde. Si on les supprimait, cette activité ne pourrait pas être maintenue dans le Canton »¹⁷⁰.

Les ports-francs sont en effet une spécificité suisse : dépôts louables par n'importe quel particulier ou entreprise, ils sont en Suisse une zone de non-droit douanier où ne s'applique presque aucun contrôle. Les personnes qui achetaient ou vendaient n'étaient pas obligées de tenir une comptabilité et l'anonymat était garanti aux utilisateurs des espaces des ports-francs de Genève, régulièrement qualifiés de « plus grand magasin d'antiquité du monde ». En outre, de nombreux services étaient proposés au sein des ports-francs : expertises d'objets, location de show-rooms, organisation de ventes privées, etc. Les maisons de ventes aux enchères ou les marchands pouvaient donc y effectuer leurs ventes de gré à gré¹⁷¹.

La stabilité politique (quatre-vingts années sans grève ni coalition au gouvernement) a aussi fait de la Suisse un pays perçu comme sûr ; les pratiques légales et fiscales très permissives (le marché de l'art bénéficie d'un taux de TVA extrêmement bas, les pouvoirs publics n'exercent presque aucun contrôle sur le commerce de l'art et le secret bancaire bénéficie d'une protection accrue) ont favorisé le marché. L'ancien directeur de la Foire d'Antiquité de Bâle confirmait d'ailleurs en 2000 : « le fait que la Suisse ne fasse pas partie de l'Union

¹⁷⁰ Gilles Labarthe, 6 juillet 2006 « Les ports-francs : base off-shore au cœur de l'Europe », *Le Courrier*.

¹⁷¹ Notons que ce service encore proposé en 2014 (voir annexe 2.4) a disparu de l'actuelle brochure des ports-francs que l'on trouve aujourd'hui sur leur site internet à l'adresse : http://geneva-freeports.ch/files/8114/9379/6845/flyer_complet_site.pdf [consulté pour la dernière fois le 28 avril 2018].

européenne est un atout majeur. Les contrôles fiscaux notamment sont moins stricts »¹⁷². Puis finalement, la situation de son voisin français en matière de législation sur les ventes aux enchères¹⁷³ a permis en Suisse l'installation de deux grandes maisons de ventes qui ont considérablement dynamisé le marché.

La première réflexion sur la réglementation du transfert des biens culturels arrive avec la tenue d'Unidroit à Rome en 1995 : la Suisse participe en effet aux négociations qui mènent à la conclusion de la Convention Unidroit. Une interpellation est alors déposée au Conseil National suisse¹⁷⁴ en décembre 1995 pour que la situation de l'adhésion de la Suisse à Unidroit soit clarifiée. L'interpellation 95.3588 est lancée par Ulrich Fischer et mentionne une série d'arguments contre l'adhésion de la Suisse à Unidroit¹⁷⁵ :

« Si cette convention s'appliquait en Suisse, elle aurait de graves conséquences pour les possesseurs d'œuvres d'art, publics ou privés, et des répercussions considérables sur l'organisation des expositions dans les musées, les échanges culturels internationaux, le commerce de l'art et les salons artistiques ».

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

¹⁷² « Avec Cultural, Bâle pourrait devenir l'un des centres mondiaux du marché de l'art », *Le Temps*, 13 octobre 2000. Article disponible sur : <https://www.letemps.ch/culture/2000/10/13/cultura-bale-pourrait-devenir-un-centres-mondiaux-marche-art> [consulté pour la dernière fois le 28 avril 2018].

¹⁷³ Voir *supra*, point Les mouvements entre États-Unis et France, p. 138.

¹⁷⁴ Le Conseil national est une des deux chambres de l'assemblée suisse, organe législatif du pays. Il représente le peuple suisse, alors que son double, le Conseil des États, représente les Cantons.

¹⁷⁵ L'interpellation d'Ulrich Fischer ainsi que la réponse du Conseil Fédéral sont disponibles sur le site du Parlement suisse à l'adresse : <https://www.parlament.ch/en/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=19953588> [consulté pour la dernière fois le 28 avril 2018].

« ne partage absolument pas les craintes exprimées dans l'intervention quant aux répercussions négatives que la convention d'Unidroit pourrait avoir pour les possesseurs d'œuvres d'art – publics ou privés –, sur l'activité des musées, sur les échanges culturels internationaux, le commerce d'art et les salons artistiques. Tout au contraire, la Convention donne au propriétaire légal d'un objet – qu'il s'agisse d'un État, d'un musée ou d'un collectionneur privé – la possibilité de saisir une juridiction ordinaire pour exiger la restitution d'un bien culturel volé ou illicitement exporté. Par ailleurs, le patrimoine culturel suisse pourra bénéficier de la protection offerte par les dispositions d'Unidroit. Dans des pays où le marché de l'art est très présent, en Allemagne ou au Royaume-Uni par exemple, les directives de ME, dont la teneur s'apparente aux dispositions du chapitre 3 de la convention d'Unidroit, n'ont eu aucune retombée négative, comme en témoigne la vitalité du commerce de l'art en Grande-Bretagne. Les craintes exprimées par les marchands d'art avant l'introduction de ces dispositions ont donc été démenties par les faits. L'avis des musées sur la convention d'Unidroit sera connu au terme de la procédure de consultation ».

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

Début 2003, le débat reprend puisque plusieurs politiques militent pour que la Suisse s'engage au moins sur la Convention de l'Unesco, afin de redorer son image à l'international¹⁷⁶. Le lobby qui s'était opposé à la signature d'Unidroit se reconstitue et arrive à faire pression pour qu'une forme très atténuée du projet soit

¹⁷⁶ Notamment à cause des affaires Médici et Becchina, très médiatisées à la fin des années 90. Giacomo Médici est jugé coupable en 2004, mais son trafic d'objets d'art est bien antérieur. Depuis 1995, la police italienne surveille étroitement sa société dont le siège est aux ports-francs de Genève. Lorsque les policiers pénètrent dans son entrepôt des ports-francs, ils y trouvent des objets, mais aussi la correspondance de Médici avec les différents revendeurs et acheteurs, les photos des objets sur les sites de fouilles puis des mêmes objets dans les vitrines de musées. Son arrestation permet l'arrestation d'un autre marchand, Rober Hecht, ancien conservateur du Musée Getty, voir Emmanuel de Roux et Roland-Pierre Parringaux (1999) ; Peter Walson et Cecilia Tedeschini (2006).

acceptée au Conseil National. Cependant, en avril 2003, lors du renversement du régime de Saddam par les États-Unis, une image domine : celle des pillages, notamment du Musée national de Bagdad. L'Office fédéral de la Culture sonne l'alarme : la Suisse est régulièrement pointée du doigt, son image est ternie, il est exclu que des objets volés arrivent sur son territoire. Début juin, le Conseil fédéral interdit le commerce des biens iraqiens ; mi-juin, le Conseil des États annule toutes les coupes effectuées précédemment dans le projet de loi et le texte de l'Unesco est ratifié dans la foulée, presque dans son exhaustivité. La Suisse veut faire figure de bon élève. La Convention de l'Unesco ratifiée en 2003 entre en vigueur en 2005. La définition du bien culturel est précisée par rapport au texte initial de l'Unesco (une différence est introduite en bien mobilier et immobilier, les fresques ou mosaïques appartenant par exemple à la deuxième catégorie). L'innovation majeure se situe sans doute dans la modification du statut des ports-francs : l'entreposage en ports-francs est désormais considéré comme une importation en Suisse, et non plus comme une importation sur territoire douanier étranger. Les musées sont aussi nommés en tant qu'organe de veille et le devoir de diligence n'incombe plus seulement à l'acheteur, mais aussi au vendeur¹⁷⁷.

A partir de là, quelques changements s'opèrent dans le paysage du commerce de l'art en Suisse : les départements de gestion d'art des banques suisses ferment, comme l'Art Banking d'UBS (Union des banques suisses) en 2009, Christie's et Sotheby's rapatrient une grande majorité de leurs activités à Paris, Londres et New York, le principal gérant des ports-francs de Genève ouvre une succursale à Singapour et y déplace la majorité des services précédemment proposés, les saisies dans les ports-francs de Genève deviennent régulières¹⁷⁸, la Fondation du

¹⁷⁷ Art. 15-16 et 17, LTBC, 2003.

¹⁷⁸ Et une communication sur la transparence des ports-francs s'installe, voir pour exemple l'article de Jean-Michel Verne, « Le Port Franc de Genève n'est pas une zone de non-droit », *Tribune de Genève*, 8 juin 2016, bien que la communauté internationale reste sceptique sur le sujet, voir l'article de *la Tribune de Genève* du 12 octobre 2016 « Les ports-francs dans le viseur de Paris », disponible sur : <https://www.tdg.ch/geneve/Les-Ports-Francs-dans-le-viseur-de-Paris/story/21205959> [consulté pour la dernière fois le 28 avril 2018].

Droit de l'art à Genève prend de l'ampleur et organise régulièrement conférences, séminaires ou colloques¹⁷⁹.

Il est difficile de noter quelle a été et quelle est actuellement la situation exacte concernant les objets ethnographiques dans ce paysage d'exportations et d'importations légales et illégales, en Suisse et dans les autres pays. En effet, les statistiques présupposent d'opérer une catégorisation des objets en circulation et les objets ethnographiques ne possèdent pas leur propre catégorie au sein des douanes : ils sont considérés soit comme des objets archéologiques, soit comme des objets d'art, soit comme des objets sacrés ou rituels. En outre, l'appartenance à l'une ou l'autre catégorie peut changer selon les douanes ou les époques. Finalement, si certains signes nous montrent que le trafic d'objets ethnographiques est très certainement important – pièces non datées, de provenance inconnue ou avec très peu d'informations, arrivant de régions en conflit ou en développement à des moments où la demande sur le marché est forte, pendant les foires, par exemple – il est très difficile de dégager des preuves tangibles.

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

¹⁷⁹ La Fondation pour le droit de l'art est créée en 1991 et devient en 2009 un centre de droit autonome et en 2012-2013 la chaire de l'Unesco en droit international de la protection des biens cultures y établit ses quartiers, sous l'égide de Marc-André Renold. La fondation compte dans son conseil de direction en 2014 le directeur du Musée d'art de Genève, la directrice de Sotheby's Genève, la directrice du Musée d'art et d'histoire de Fribourg, la vice-présidente de Christie's et la directrice de Christie's Genève.

européennes que dans leurs pays d'origine où les conditions de conservation sont jugées mauvaises¹⁸⁰.

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

L'Unesco n'est pas la seule organisation à mettre en place des outils de lutte contre le trafic de l'art, dès les années 45. L'ICOM naît en effet au lendemain de la Deuxième Guerre mondiale et fera petit à petit de la lutte contre le trafic illicite des biens culturels l'une de ses priorités. Des listes rouges sont mises en place, en collaboration avec Interpol¹⁸¹ ; dès 1986, un code de déontologie est développé, recadrant le rôle des musées dans le trafic illicite¹⁸² ; depuis 2005, une réglementation en collaboration avec l'OMPI (Organisation mondiale pour la propriété intellectuelle) permet de donner un cadre à la restitution des biens culturels par les musées¹⁸³. Les réflexions au sein des musées questionnent de plus en plus les pratiques des professionnels, non seulement en interrogeant leur déontologie, mais tentent aussi de positionner l'institution muséale comme la garante du droit et de la régulation, comme en témoignent les nombreuses

¹⁸⁰ On trouve trace de ces propos à de nombreuses reprises et l'on pourrait multiplier les exemples : lors d'un Café Tribal organisé par Tribal art Magazine durant la foire *Parcours des Mondes 2015* qui réunissait la restauratrice Anne-Catherine Kenis, Olivier Langevin directeur du laboratoire QED (laboratoire d'analyses scientifiques) et Marc Ghysels radiologiste et spécialiste des scanners de sculptures, de nombreux collectionneurs présents dans la salle ont soulevé cet argument : les pièces doivent être sorties de leur pays afin de bénéficier des restaurations et études thermoluminescentes de datation, souvent financées par les collectionneurs eux-mêmes.

¹⁸¹ La base de données des *red list* est disponible sur le site de l'ICOM (et relayée sur le site d'Interpol) à l'adresse <http://icom.museum/resources/red-lists-database>. [consulté le 11 avril 2018].

¹⁸² Spécifiant notamment qu'« aucun objet ou spécimen ne doit être acquis par achat, don, prêt, legs ou échange, si le musée acquéreur n'est pas certain de l'existence d'un titre de propriété en règle » (point 2.2), que les musées doivent s'assurer que les objets n'ont pas été illégalement acquis (point 2.3 devoir de diligence) ou qu'ils ne doivent pas participer au trafic illicite (point 8.5). Le code de déontologie est disponible à l'adresse : http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Codes/code_ethics2013_fr.pdf. [consulté le 11 avril 2018].

¹⁸³ Voir <http://www.wipo.int/amc/fr/center/specific-sectors/art/icom/rules> [consulté le 11 avril 2018].

publications de l'ICOM à ce sujet depuis les années quatre-vingt (Desmarais, 2015, Murphy, 2016).

2.3.3 Bilan : les relations entre les marchés et les musées après la Seconde Guerre mondiale

La période de l'après Seconde Guerre mondiale se caractérise donc par le développement d'une réflexion sur la propriété des biens culturels, ainsi que, par écho, un développement des réglementations à leur sujet.

L'essor du marché au lendemain de la Deuxième Guerre mondiale favorise le trafic illicite et un rôle de plus en plus grand est attribué aux musées dans la veille et la lutte contre ce trafic. Ce contexte a pour conséquence de tendre les relations entre les marchands, considérés comme les principaux acteurs du développement du trafic, et les musées, considérés comme les principaux acteurs de la lutte contre ledit trafic. Le contexte favorise moins les relations entre marchands et musées, par opposition aux années vingt, où nous avons vu que le mécénat de marchands était régulier et le système plus hybride.

Finalement, un repositionnement géographique s'opère dans la répartition des ventes. Paris et New York gagnent les places de leader du marché au détriment de Londres, un mouvement qui s'amorce dès la fin des années quatre-vingt pour être entériné dès 2001. Les deux capitales deviennent les places fortes du marché et les acteurs naviguent fréquemment entre les deux sites comme Helena Rubinstein, par exemple, qui vivait entre les deux villes. Cette cartographie est restée inchangée depuis et a conditionné le choix des lieux et des acteurs pour cette recherche comme nous le verrons *infra*¹⁸⁴.

2.4 DE QUELQUES POINTS SAILLANTS

L'historique que nous venons de passer en revue devait permettre, comme nous le soulignons dans l'introduction, de mettre en évidence, en parallèle, les étapes essentielles qui ont structuré le contexte actuel dans lequel évoluent aujourd'hui les musées d'ethnographie et les marchés, mais aussi, les points saillants retenus et mis en valeur par les acteurs du champ. Parfois, ces deux axes se sont

¹⁸⁴ Voir Chapitre 3, 3.1.4 Bilan : les relations entre les musées et les marchés entre 1980 et 2006, p. 181.

recoupés ; parfois, j'ai souligné l'absence de certains points ou la vision particulière des acteurs concernés. Trois éléments me semblent finalement émerger : la façon dont l'historique a été peu à peu mythologisé, les rapprochements fréquents avec d'autres formes artistiques et, finalement, le début d'une fracture entre le musée et la discipline dont il est censé être l'émanation.

2.4.1 La construction d'un récit mythique

Nous avons vu qu'il y avait, pour les acteurs du champ, une transmission particulière d'une histoire particulière. Qu'il s'agisse des marchands, des conservateurs de musées, des commissaires-priseurs ou des différents experts, il existe tant dans les discours informels que dans les formations officielles, une histoire canonique transmise d'une façon précise : parler de l'histoire de ces objets ne signifie en effet presque jamais parler de leur histoire, mais bien davantage parler de la rencontre de ces objets avec l'histoire européenne de l'art. Ainsi, pour exemple, le cours proposé à l'École du Louvre par Manuel Valentin en 2015-2016, chercheur au Musée de l'Homme, et intitulé « Histoire de l'art africain », se structure autour de l'identification de cinq paliers de la rencontre de ces objets avec l'Europe¹⁸⁵. Le cours similaire proposé pour les arts océaniques par le conservateur du Département des arts océaniques du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, Philippe Peltier, se construit sur le même modèle, identifiant les étapes de la rencontre des productions océaniques avec les Européens¹⁸⁶. Pourtant, autant Manuel Valentin qu'Aurélien Gaborit, aussi chargé d'un cours à l'École du Louvre sur les arts d'Afrique, soulignent le polymorphisme de l'histoire de l'art et le fait qu'il existe une vision européenne stéréotypée qui, dans le cas des arts d'Afrique par exemple, met l'emphase sur des points précis : le fait que ces objets ont souvent été regardés avec des œillères et donc non pris en compte pour leurs qualités intrinsèques et formelles, cette prise en compte ne

¹⁸⁵ La découverte maritime des Portugais au 16^e siècle, les avant-gardes françaises, l'apport de l'ethnologie, la prise en compte de l'aspect archéologique, puis finalement de l'art contemporain au 20^e siècle.

¹⁸⁶ La première phase est celle de la découverte de ces objets et de leur arrivée dans les musées ; la deuxième phase est celle de la confrontation de ces objets avec les avant-gardes françaises, puis avec les artistes contemporains (cours *Histoire de l'art océanique*, donné par Philippe Peltier durant l'année académique 2015-2016 à l'École du Louvre, Paris).

s'opérant qu'au moment des années trente. Ils mettent en évidence le fait que ce point de vue est stéréotypé, mais continuent cependant de le transmettre en toute conscience, comme l'indiquait Aurélien Gaborit dans son cours d'introduction en 2015 :

« On sait que les objets circulent et l'importance de l'ethnologie et de l'histoire, mais dans les faits, cela n'apparaît pas, car on continue à maintenir une forme de système »¹⁸⁷.

L'histoire de ces objets consiste donc en une approche de leur arrivée en Europe et des raisons de leur conservation. Cette histoire schématisée, avec ses principaux acteurs et ses événements, relève presque aujourd'hui d'une mythologie qui, si on la sait relever du récit mythique, continue d'être transmise et se structure autour de plusieurs points très importants que nous avons vus apparaître en filigrane tout au long de ce chapitre. Les points saillants de ce récit se comptent selon moi au nombre de trois : l'un des plus importants est très certainement l'identification de personnalités, figures de proue le plus souvent issus du monde des marchés de l'art, qui ont œuvré à la reconnaissance des objets ethnographiques en tant que catégorie artistique de l'histoire de l'art européenne. Le deuxième est la caricature faite, en opposition à ces figures de proue, des musées comme lieux d'érudition détachés de tout intérêt pour les formes des objets. Finalement, le dernier point est la négation de liens entre ceux deux partis.

Des expositions universelles à la création des derniers musées, le statut de l'objet ethnographique – œuvre d'art ou objet-témoin ? – ne cesse d'être débattu et questionné. Nous avons vu que, du côté du mythe de l'histoire des objets, une dichotomie entre des ethnologues attachés au statut de témoignage de l'objet et entre des marchands ou esthètes attachés à l'objet comme œuvre d'art ne cesse d'être rappelée et transmise. Cependant, nous avons aussi vu que, dans les faits, les ethnologues prennent aussi très tôt en considération les qualités formelles des

¹⁸⁷ *Histoire des arts d'Afrique 2015-2016*, séance introductive donnée par Aurélien Gaborit, conservateur du Département des collections africaines et du Pavillon des Sessions du Louvre, École du Louvre, Paris.

objets : dans la collecte, mais aussi dans les expositions ou les publications. Cela dépend aussi fortement des personnalités des individus, les politiques pouvant changer d'un conservateur à l'autre par exemple¹⁸⁸. Cette dichotomie ne se vérifie donc pas historiquement dans les faits, mais continue d'être mobilisée, comme nous le verrons avec le contexte de création du Musée du quai Branly-Jacques Chirac à Paris.

Cette opposition entre ethnologues et esthètes se double, comme nous l'avons vu, d'une opposition continuellement remobilisée par les acteurs entre marchands et musées. Si une cristallisation s'observe effectivement dans l'après Seconde Guerre mondiale entre ceux deux sphères professionnelles, dans les faits, elle n'est pas relevante, et même quasi inexistante avant les années cinquante, et la frontière entre marchands et conservateurs ou ethnologues n'est pas toujours bien définie. La différence entre ces deux sphères se situe sur d'autres points que celui de la séparation art-ethnologie, comme le rappelle Maureen Murphy (2009) : les démarches privées (ventes, marchands, etc.) et les mises en scène publiques (actions coloniales, etc.) n'ont pas les mêmes finalités.

2.4.2 Les liens avec les autres formes artistiques

Le deuxième point qui me semble émerger de l'exposé de cet historique est la présence, à chaque étape, d'une autre catégorie artistique dans la structuration et la reconnaissance des objets ethnographiques. Le mythe d'origine du champ, tel que je l'ai présenté, met en exergue l'importance de l'art moderne et des artistes de l'avant-garde artistique parisienne dans la reconnaissance de ces objets. Estelle Fossey (Fossey, 2011) a montré dans sa thèse combien ce mythe était incontournable. L'art moderne est ainsi continuellement mobilisé comme système de compréhension des objets ethnographiques, comme le confirment la plupart des acteurs du champ :

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

¹⁸⁸ Comme nous l'avons vu *supra* avec l'exemple belge, notamment. Voir point Le paradigme esthétique et le plaisir, p. 120.

Complètement. On est en plein dedans. En plus, tous ces artistes étaient collectionneurs, mais ils ne le disaient pas. Aujourd'hui, c'est par des photos d'archives, des témoignages... même des gens comme le Corbusier, Vlamincq, Picasso, tous ont écrit quelque chose sur l'art africain et on le retrouve aujourd'hui. Ils dévoilaient leur fascination pour cet art »¹⁸⁹.

Si l'art moderne possède une importance considérable dans la reconnaissance et la compréhension des objets africains et océaniens – un parallèle largement porté par les marchés comme nous l'avons vu¹⁹⁰, nous avons aussi vu d'autres catégories artistiques émerger au fil de cet historique. Le marché s'est ainsi structuré à la fin du 19^e siècle sur les marchés déjà existants pour l'art oriental et l'archéologie, de nombreux galeristes et marchands ayant étudié ou étant passés par ce marché avant de vendre des objets ethnographiques ; lors du débat sur le statut de l'objet, les arts appliqués et les musées de sciences ou des techniques ont aussi souvent été mobilisés comme catégorie comparative ; finalement, très dernièrement, l'art contemporain, pour la bulle spéculative qu'il a engendrée, est devenu un modèle de marché pour les objets ethnographiques. Comme nous le verrons plus en détail *infra*¹⁹¹, la mobilisation d'autres champs artistiques, notamment par les marchés, est fondamentale pour comprendre la définition du champ qui s'opère et se modifie au fil des époques. Il est donc important d'appréhender le champ de l'objet ethnographique par rapport aux autres champs artistiques et comme catégorie ou partie d'un monde des arts plus large dans lequel ce champ relativement récent cherche négocie sa place.

¹⁸⁹ Entretien mené avec Didier Claes, le 9 décembre 2014 à Bruxelles. Notons aussi que cette idée réapparaît fréquemment dans les entretiens menés par Estelle Fossey et publiés en annexe de sa thèse, comme l'entretien n°2, Galerie Entwistle (annexe I, recueil d'entretiens, p. 24) : « les collectionneurs aujourd'hui aiment bien habiller de l'art tribal avec les tableaux modernes, c'est notre façon de voir les choses et nous avons des difficultés à apprécier les objets pour ce qu'ils représentent dans l'esthétique africaine ».

¹⁹⁰ Notons que nous voyons ici comment les marchés ont porté dans le courant du 20^e siècle le parallèle entre objet ethnographique et art moderne. Nous verrons *infra* comment les marchés ont fait perdurer ces liens aujourd'hui, Chapitre 5, point L'art moderne : légitimer les qualités intrinsèques des objets, p. 393.

¹⁹¹ Voir Chapitre 5, point 5.3.1 Un exemple de stratégie : se calquer sur d'autres marchés, p. 389.

2.4.3 Le début d'une fracture entre les musées et les universités

La situation des années trente jusqu'à la Seconde Guerre mondiale semble illustrer une profonde convergence entre la recherche académique en ethnologie et les musées d'ethnographie : musées-laboratoire, ethnologues-muséologues, etc. Cette époque est l'époque de l'ethnologie focalisée sur l'objet, comme nous l'avons vu et tant en France qu'en Suisse et en Belgique, les conservateurs de musées recherchent perpétuellement à tisser des liens avec la recherche. La volonté de reconnaissance du travail muséal ne se dirige pas uniquement vers le public, mais aussi vers les pairs de l'Université ; l'ethnologie jusque-là logée dans les institutions muséales prend en effet son essor universitaire durant cette période. Les conservateurs multiplient alors les initiatives pour se rapprocher des académies et faire valoir les recherches en musées comme des recherches crédibles dans les milieux universitaires. Une fracture s'amorce entre universités et musées qui trouve son accomplissement avec le développement de l'anthropologie structurale : non plus focalisée sur l'objet, mais sur les relations sociales, la recherche en ethnologie pratiquée et enseignée dans les universités s'affranchit des supports matériels et donc de l'institution qui les conserve. Ce mouvement s'illustre aussi par la disparition progressive mais totale des collections d'universités. Cette fracture sera à l'origine des remises en question du musée d'ethnographie dès les années quatre-vingt : que doit-il conserver, étudier et pourquoi ?

CHAPITRE 3 : SITUATION ACTUELLE, ÉCHANTILLON DE RECHERCHE ET ENQUÊTE

« En fait, le sociologue et son “objet” forment un couple dont chacun est à interpréter par l’autre, et dont le *rapport* doit être lui-même déchiffré comme un moment de l’Histoire ».

Jean-Paul Sartre (1986: 69)

Nous avons vu avec l’historique effectué jusqu’ici, de la fin du 19^e siècle jusqu’aux années quatre-vingt, comment s’est petit à petit construit et structuré un paysage muséal et un marché autour des objets ethnographiques, avec une pluralité d’acteurs, de relations et de problématiques, transversales ou propres à certaines époques. Il convient maintenant de broser un bref panorama de la situation actuelle du champ pour comprendre comment se sont élaborés l’échantillon d’enquête et la méthodologie de ce travail de recherche.

Je commencerai par souligner les événements et les enjeux principaux des musées d’ethnographie et des marchés de l’art ces dernières années – avec la création du quai Branly-Jacques Chirac à Paris, la refonte générale des musées en Europe et l’inflation du marché depuis les années quatre-vingt, puis j’exposerai les acteurs choisis pour l’échantillon de cette recherche et les critères qui ont présidé à ces choix, en regard de l’historique et de la situation actuelle brossés à priori. Finalement, je terminerai sur quelques considérations méthodologiques importantes ainsi que sur les biais qui ont pu être identifiés dans cette enquête et les moyens que j’ai déployés pour les surmonter ou les intégrer à ce travail.

3.1 LES MUSÉES D’ETHNOGRAPHIE ET LES MARCHÉS D’ART AFRICAIN ET OCÉANIEN, DES ANNÉES 80 À AUJOURD’HUI

Dans la Seconde moitié du 20^e siècle, nous avons vu que les musées et la muséologie en général évoluent : création de l’ICOM, poursuite des réflexions sur le statut des objets et le rôle des musées, etc. En France, ces réflexions se

cristallisent largement autour d'un mouvement, défini bien après, dans les années 80 : la nouvelle muséologie. Ce mouvement rassemble les remises en question du rôle, des fonctions et du fonctionnement du musée : son caractère élitiste et son langage, l'importance de la médiation et l'abolition de « la distance entre le public et le contenu du musée » (Desvallées; De Bary et Wasserman, 1992-1994: 19) en sont certainement les points centraux et s'inscrivent dans la continuité des réflexions menées par Rivière et Rivet dès les années trente. Ces réflexions « se gonflent, s'amplifient puis déferlent » ainsi que le note l'avant-propos de l'ouvrage *Vagues : une anthologie de la nouvelle muséologie* (1992-1994) et connaissent un fort retentissement en France. Dominique Poulot évoque d'ailleurs « une approche française de la muséologie » (Poulot, 2005: 11).

Malgré – ou grâce à – ces réflexions générales stimulantes sur le musée et la muséologie, du côté du musée d'ethnographie plus spécifiquement, la crise s'intensifie : le « mal des musées » connaît un point culminant avec l'article de Jean Jamin « Faut-il brûler les musées d'ethnographie », publié en 1998. Pour Élise Dubuc, le rapport que le public entretient avec les objets se modifie (2002: 32). Les marchés de l'art, en général mais aussi africain et océanien en particulier, eux, connaissent une hausse sans précédent.

3.1.1 La crise du musée d'ethnographie : destructions, rénovations, fondations

Dans les années quatre-vingt et quatre-vingt-dix, la crise du musée d'ethnographie prend de l'importance. Le débat sur le statut de l'objet ethnographique – est-il de l'art ou non ? – et sur la meilleure façon de le présenter au public est toujours prégnant. Jean Jamin développe encore davantage la notion d'objet-témoin en l'inscrivant dans une perspective « contre-esthétique » : il milite pour une présentation des objets qui va au-delà de leur valeur esthétique, qui soit plus théorique, sans cependant nier complètement les qualités formelles d'un objet (Jamin, 1998).

Au Musée de l'Homme, Jean Guiart, qui a repris la direction du laboratoire d'ethnologie en 1973, développe une nouvelle politique d'expositions. En matière d'acquisitions, en tant que spécialiste de l'Océanie et plus particulièrement de la

Mélanésie, il continue les achats sur le terrain. Avec l'appui de Malraux et de Rivière, il procède aussi à des sélections lorsque des objets sont arrêtés par les douanes dans le cadre de trafics illicites. Son positionnement quant au rôle du musée d'ethnographie et quant à la place de l'art en son sein est clair : « Le Musée de l'Homme n'est pas un musée d'art. C'est un musée où l'art a sa place parmi toutes les activités humaines » (Guiart, 1976). Si certaines pièces sont apparemment achetées chez des marchands, plusieurs collaborateurs du Musée ont rapporté que le mot d'ordre qui circulait était « pas de contacts directs avec les marchands ». Un conservateur, se remémorant les années quatre-vingt confie :

« 50-60 ça marchait bien en fait, c'est vraiment dans les années 80 que ça s'est vraiment dégradé. Parce qu'auparavant il y avait de très bonnes relations »¹⁹².

Sans forcément parler d'une quelconque responsabilité du directeur de l'époque, le contexte de décolonisation et de réflexion de l'anthropologie est souvent mis en exergue : les gens évoquent une « coupure nette dans les années 80 », mais « c'était dans l'air », car il flottait « un sentiment de culpabilité » et une prise de conscience : « “tout le mal qu'on a pu faire”, c'est un sentiment très fort dès les années 60, puis 80 »¹⁹³.

La répartition des objets entre collections des musées d'art ou collections des musées de sociétés, d'ethnographie ou d'histoire prend de l'ampleur. De plus en plus de croisements sont faits entre les catégories d'objets et les frontières entre ces catégories deviennent floues ou sont remises en question, comme dans l'exposition proposée par Jean Hubert Martin en 1989. *Les Magiciens de la Terre* présentée au Centre Georges Pompidou marque durablement les esprits en

¹⁹² Entretien avec un chercheur anonyme du Musée de l'Homme mené le 10 septembre 2014.

¹⁹³ Toutes ces citations sont extraites d'entretiens menés avec des anciens ou actuels collaborateurs et chercheurs du Musée de l'Homme entre septembre 2014 et septembre 2015. Notons que ce positionnement est alors général aux musées qui reçoivent la majorité de leurs deniers des pouvoirs publics et qui n'ont pas de réels besoins de trouver des financements extérieurs, donc de se tourner vers le marché en général.

associant objets ethnographiques et art moderne et contemporain et en n'opérant pas une distinction géographique entre les différentes formes artistiques, mais une distinction chronologique. Jean Hubert Martin est ensuite nommé à la direction du Musée des arts d'Afrique et d'Océanie de la Porte Dorée, en 1994. Les réflexions sur ce que le musée fait à l'objet ethnographique se multiplient : dans l'exposition *Le Musée cannibale*, présentée en 2002 au Musée d'ethnographie de Neuchâtel, les concepteurs de l'exposition Jacques Hainard et Marc-Olivier Gonseth soulignent le processus d'ingestion-digestion de l'altérité que le musée d'ethnographie opère.

Le concept du musée-laboratoire tel que l'avaient proposé Rivet au Musée de l'Homme semble subir un déséquilibre : de plus en plus de critiques sont faites au musée, accusé de ne plus renouveler ses expositions et de délaisser son public ; le « musée » semble avoir perdu du poids face au « laboratoire » et de nombreux détracteurs accusent les chercheurs de s'enfermer dans leur univers, sans penser à la présentation des objets et à l'attractivité du musée. Le Musée de l'Homme ne survivra pas à cette crise : dès les années 90, on parle de le fermer, d'ouvrir un autre musée. Le projet de Jacques Chirac est sur les rails.

3.1.2 Le Musée du quai Branly-Jacques Chirac et le Pavillon des Sessions du Louvre

En 1990, 150 politiciens, écrivains, artistes et scientifiques publient, à l'initiative du marchand Jacques Kerchache, le manifeste « pour que les chefs-d'œuvres du monde entier naissent libres et égaux »¹⁹⁴, dans lequel ils appuient l'entrée de ces objets au Louvre. En 1995, une statue du Vanuatu clame sur les murs de Paris « Je suis au Louvre ». En 1996 est annoncé le projet de fusionner le MAAO et le Musée de l'Homme, et en 1997 Germain Viatte est nommé directeur du projet muséologique du « Musée des arts premiers ».

Le Département des arts d'Afrique, d'Océanie, d'Asie et d'Amérique du Louvre ouvre le 13 avril 2000 et présente 117 pièces. Considéré comme une antenne du futur musée des arts premiers, le département n'est pas envisagé comme un département du Louvre à part entière, l'institution s'étant opposée à l'entrée de

¹⁹⁴ *Libération*, 15 mars 1990.

ces objets en son sein ; le conservateur du département est d'ailleurs un conservateur du Musée du quai Branly-Jacques Chirac et non du Louvre, et les objets présentés appartiennent au quai Branly-Jacques Chirac et non au Louvre. Le Musée de l'Homme est fermé pour rénovation en 2003. Le MNATP ferme dans la foulée, en 2005, et le laboratoire qui lui est associé est fermé par le CNRS en 2006, suite au projet d'ouverture du MUCEM à Marseille¹⁹⁵. Pour de nombreuses personnes, la fermeture de ces départements et de ces musées est le signe d'un changement profond dans la façon d'envisager le paysage muséal français, plus particulièrement la présentation et la conservation des objets ethnographiques :

« La disparition du Musée de l'Homme et du MNATP, deux musées au sein desquels s'est structurée la discipline, concrétise la fin d'un paradigme muséal qui a marqué l'anthropologie en France plus qu'ailleurs. Ce paradigme se caractérise d'abord par l'intérêt qui est porté aux objets. Mais il définit aussi une façon de pratiquer la discipline, ses objectifs et ses méthodes, qui peut se résumer par le projet – hérité des sciences naturelles – d'un inventaire encyclopédique du monde réalisé au moyen d'une collection systématique » (Boursiquot, 2014).

En 2005, le projet de rénovation du Musée de l'Homme est accepté et lancé sous les auspices de l'agence Brochet-Lajus-Pueyo pour l'architecture et de l'agence Zen+dCO pour la muséographie-scénographie. Le 26 juillet 2005, le Président de la République Jacques Chirac annonce la création d'un neuvième département au Louvre : le département des Arts de l'Islam, qui selon lui :

« confortera, dans le même esprit que celui qui a présidé à la présentation de chefs-d'œuvre des arts d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques dans le Pavillon des Sessions, la vocation universelle du Louvre et son rayonnement mondial, au cœur de la diversité et du dialogue des cultures ».

¹⁹⁵ Pour un développement plus conséquent du projet du MUCEM de Marseille, voir Colardelle (2002).

En 2007 est inaugurée le Musée national de l'Histoire de l'Immigration, à la Porte Dorée, à la place du MAAO. Une année auparavant, le Musée du quai Branly-Jacques Chirac avait ouvert ses portes, non sans un débat passionné et houleux qui a secoué le monde de l'ethnologie, de l'ethnographie, des marchés et des musées en France, mais aussi à l'international¹⁹⁶. Le MQB réunit en effet les 30'000 objets ethnographiques de la collection du Musée de l'Homme ainsi qu'environ 170'000 objets de l'ancien MAAO. Le projet est lancé par Jacques Chirac, avec la collaboration active du marchand Jacques Kerchache. L'architecte choisi est Jean Nouvel, qui dessinera 9 000 mètres carrés d'espaces d'expositions et 8 000 mètres carrés d'espaces de stockage. Maurice Godelier, anthropologue du CNRS et directeur d'étude à l'EHESS, est désigné pour diriger le « projet pour l'enseignement et la recherche » du futur musée ainsi que la « mission de préfiguration » du Musée. Il démissionne relativement rapidement, suite à des désaccords importants. Ces derniers portaient sur un sujet majeur du débat soulevé lors du projet du MQB : le statut des objets et leur présentation. Ce débat a souvent été dichotomisé en deux partis opposés, composé d'un côté des ethnologues défendant le statut d'objet-témoin des objets ethnographiques, dans la suite de la politique du Musée de l'Homme depuis les années trente¹⁹⁷, et des historiens de l'art ou marchands, de l'autre côté, défendant le statut de l'œuvre d'art de ces objets et donc une présentation esthétique dépourvue du contexte d'utilisation ou de renseignements sur les objets. Ainsi, certaines réalisations, tant du Pavillon des Sessions du Louvre que du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, apparaissent comme des compromis entre ces deux partis : la salle d'interprétation du Louvre, qui relègue en un endroit circonscrit toutes les informations sur les objets et laisse à l'espace d'exposition une sobriété totale ; ou la « rivière » du quai Branly-Jacques Chirac, regroupant certaines informations sur les objets au centre du Musée.

¹⁹⁶ Pour exemple, les articles du *New York Times* paru à l'ouverture du musée : Alan Riding, « Imperialist ? Moi ? Not the Musée du Quai Branly », *New York Times*, 22 juin 2006 ; Nicolai Ouroussoff, « Quai Branly : a perverse, magical space », *New York Times*, 27 juin 2006 ; Michael Kimmelman, « A heart of Darkness in the City of Light », *New York Times*, 2 juillet 2006.

¹⁹⁷ Voir *supra*, Chapitre 2, point Des musées face aux choix scientifiques, pédagogiques et artistiques, p. 113.

L'histoire de ce projet et de sa controverse a été longuement documentée et analysée, et je ne reviendrai pas ici sur l'entier des sujets de débat (l'architecture, la dénomination du musée, son rôle, etc.) dans le détail¹⁹⁸, mais je me concentrerai sur cette opposition, qui a durablement marqué le champ, entre les marchands d'art et les ethnologues. Ces derniers critiquent l'implication d'un marchand d'art, Jacques Kerchache, dans le projet du Musée, alors que l'institution historique exposant ces objets, le Musée de l'Homme, était effacée. La collaboration de Jacques Kerchache est pointée du doigt pour deux raisons : son statut de marchand et les potentiels enjeux qu'il aurait eus à développer le Musée du quai Branly-Jacques Chirac et donc à favoriser le marché de l'art ; les soupçons de vols et de pillages d'objets qui planaient sur lui. Ces reproches ont contribué à nourrir l'opposition et la dichotomie entre ethnologues et marchands. Ce « Grand Partage » est très fortement formulé par les différents acteurs de ce champ qui se réduisent souvent, l'un l'autre, à leur approche de la valeur de l'objet ethnographique : d'un côté, une valorisation par son régime de singularité, mettant en exergue différents registres, tels que l'unicité, l'étrangeté, la rareté¹⁹⁹. Ce régime, habituellement attribué au marché de l'art, tendrait à privilégier le sujet, le particulier, l'individuel, le « hors-norme ». De l'autre côté, et fréquemment opposé, se trouverait un régime de communauté, basé sur une éthique de la conformité et tendant à privilégier le social, le collectif, le quotidien, le « dans la norme » (Heinich, 1998: 11). Ce système de valorisation serait l'apanage des institutions muséales. À cette opposition s'ajoute un rapport à l'argent, qui serait différent entre les deux partis : caricaturalement, les marchands servent un but lucratif et les acteurs des musées un but non lucratif ; les marchands se positionnent du côté vénal, les institutions du côté non vénal.

¹⁹⁸ Nous renvoyons pour cela le lecteur intéressé aux ouvrages de Raymond Corbey (2000), Sally Price (1995, 2007, 2009), André Desvallées (2007), au numéro de la revue *Débat* « Le moment du quai Branly-Jacques Chirac » (2007) et à la publication du colloque « Cannibalisme disciplinaire » qui s'est tenu au quai Branly-Jacques Chirac en 2007 (Bernand, 2007, Choay, 2007, Clifford, 2007, 2007, Dufrêne et Taylor, 2007, Dupaigne, 2006, Estoile, 2007a, Guilhem, 2000).

¹⁹⁹ Pour une analyse de la différenciation entre *régime de valeurs* et *registre de valeurs*, voir Nathalie Heinich et notamment son ouvrage *La fabrique du patrimoine* (2009).

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

Le mépris affiché pour l'ancien Musée de l'Homme est très mal vécu par une grande partie du monde scientifique et une forme de résistance s'organise au sein du musée : de nombreuses voix s'élèvent pour argumenter de façon structurée contre le projet du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, comme Louis Dumont qui répond à la tribune de Claude Lévi-Strauss²⁰⁰. Rien n'y fait, en 2003, les collections déménagent et sont, littéralement, requalifiées, puisqu'elles sont intégralement recotées. Finalement, si le projet d'un « musée des arts premiers » n'est fondamentalement pas renié, le démantèlement du Musée de l'Homme, le transfert de ses collections et la construction d'un nouvel édifice sont vécus par une grande partie des collaborateurs du Musée et de leurs soutiens comme une forme de trahison de la part de l'État : en effet, dans la mesure où l'on considérerait les critiques sur le fonctionnement ou la vétusté du Musée de l'Homme comme pertinentes, pourquoi ne pas consacrer le budget de la création du quai Branly-Jacques Chirac à la rénovation du Musée de l'Homme ?

C'est que la construction du quai Branly-Jacques Chirac va plus loin que la seule mise à niveau d'un musée existant : il s'agit d'un changement complet de paradigme et la volonté d'effacer un passé qui dérange, comme le confirme le discours d'inauguration du quai Branly-Jacques Chirac prononcé par Jacques Chirac : le nouveau bâtiment est une façon de tourner la page et permet une nouvelle relation au passé, dans laquelle celui-ci est érigé en forme de mythe,

²⁰⁰ Claude Lévi-Strauss s'était positionné en faveur du futur musée et avait signé un texte laudatif sur le projet, que Louis Dumont contre dans une tribune de *Libération* le 18 juin 1997.

diabolisé ou loué. Nous avons vu dans le chapitre précédent que l'aspect politique était déjà inhérent aux expositions universelles, premiers lieux de monstration de ces objets, et les politiques coloniales ont favorisé la collecte et la fondation des musées d'ethnographie. Cependant, cette implication du politique ne se retrouve pas uniquement dans la recherche et la sphère culturelle. Le champ des objets ethnographiques se caractérise aussi par un amalgame souvent opéré entre les objets et les sociétés productrices de ces objets : ces derniers sont alors souvent associés aux – si ce n'est instrumentalisés pour – les discours politiques mobilisant des considérations diplomatiques.

La relation compliquée du musée d'ethnographie à son passé fait partie de la stratégie globale de construction de l'institution et de son processus de légitimation : dans le cas du quai Branly-Jacques Chirac, cette nouvelle reconfiguration du passé permet de créer parallèlement du mépris, d'un côté, – pour ce qui a été fait précédemment – et de l'admiration, de l'autre côté, – pour l'institution en devenir. Ce qui a été fait précédemment, c'est le Musée de l'Homme, et la file d'événements que nous avons vus *supra*²⁰¹ : expéditions, expositions, mais aussi vols et accumulations obsessionnelles, contexte de colonisation et d'assujettissement des indigènes, agissements attribués aux ethnologues et largement pointés du doigt. Au contraire, le Musée du quai Branly-Jacques Chirac, neuf et rutilant, et l'ouverture d'une aile consacrée aux objets ethnographiques au Louvre, musée reconnu comme temple des arts, sont vus comme une reconnaissance faite aux peuples jadis opprimés et volés :

« Le musée du quai Branly se voit donc attribuer par son principal initiateur l'objectif, à la fois politique et culturel, de réparer l'injustice historique de la méconnaissance. Ouvrir le Louvre aux “arts premiers” et leur consacrer un nouveau musée, c'est les reconnaître pleinement, et à travers eux les civilisations non occidentales dont ils constituent l'expression par excellence » (Estoile, 2007b: 10-11).

²⁰¹ Voir Chapitre 2, point L'accroissement des collections par les expéditions et collectes, p. 105.

La crise des musées d'ethnographie et la prise de conscience d'un rapport aux autres, asymétrique et dominateur, amènent à la recherche de solutions muséales alternatives ; la requalification de l'objet ethnographique en œuvre d'art est l'une de ces voies²⁰². Dans un contexte politique postcolonial culpabilisateur, le « dialogue entre les cultures » est le maître mot afin de « bâtir un monde plus tolérant » comme le souhaitait Jacques Chirac²⁰³. L'intégration des objets ethnographiques à des catégories artistiques est alors une des solutions à cette volonté politique de pardon. Celui-ci prend corps dans la reconnaissance que ces objets – et donc les sociétés qui les ont produits – appartiennent à l'art tel que l'envisage l'histoire européenne de l'art.

Cette requalification de l'objet ethnographique en objet d'art s'illustre dans une foule de détails au Musée du quai Branly-Jacques Chirac. Contrairement à l'ancien Musée de l'Homme, les ethnologues de formation y sont minoritaires, les conservateurs sont issus majoritairement de l'École du Louvre et de l'histoire de l'art, après être passés par l'Institut national du patrimoine pour le concours de conservateur du patrimoine²⁰⁴, les mécènes et donateurs viennent du marché de l'art ou de l'industrie, et la recherche est faite par une multitude de profils. Il

²⁰² Notons qu'il y en a d'autres, comme l'implication des sociétés productrices des objets dans les projets, le dialogue avec les communautés, les musées participatifs ou davantage ancré dans leur territoire, comme les écomusées (Brown, 2018), etc. Voir Jean Jamin, « Faut-il brûler les musées d'ethnographie » (1998) ou Jacques Hainard, Marc-Olivier Gonseth et Roland Kaehr dans le catalogue de l'exposition *Le Musée cannibale* (2002).

²⁰³ « Bâtir un monde plus tolérant », Chefs-d'œuvre du musée du quai Branly-Jacques Chirac au Louvre, *Connaissance des Arts*, H.S, n°450, trimestre 2010.

²⁰⁴ Notons d'ailleurs que le concours de conservateur possède une option « ethnologie » pour l'épreuve de dissertation, mais pas pour l'épreuve d'analyse de documents, essentiellement centrée sur une méthodologie et un découpage disciplinaire relevant de l'histoire de l'art : ainsi, pour l'histoire de l'art européen, le découpage est chronologique (Médiéval, Renaissance, etc.), mais pour l'extra-européen, le découpage n'est que géographique : on trouve aussi la possibilité de s'inscrire en « histoire de l'art et des civilisations de l'Égypte antique », « du Proche-Orient antique », « du monde islamique des origines à nos jours », « de l'Inde et du monde indianisé des origines à nos jours », « de l'Extrême-Orient des origines à nos jours », « de l'Afrique des origines à nos jours », « de l'Océanie des origines à nos jours », « des Amériques amérindiennes des origines à nos jours », mais jamais en ethnologie, anthropologie ou sciences sociales. Règlement du concours et des épreuves disponible sur le site de l'INP : www.inp.fr [consulté pour la dernière fois le 18 avril 2018].

existe bien un département de recherche et d'enseignement en ethnologie, cependant celui-ci est relativement coupé de l'institution muséale²⁰⁵.

En outre, la collaboration avec les milieux artistiques va être poussée à son extrême dans le cadre du MQB : Jacques Kerchache, comme nous l'avons vu, est marchand d'art, mais Germain Viatte, directeur du projet puis conseiller, et Stéphane Martin, président-directeur général du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, sont tous deux issus du Musée d'art moderne de Paris ; juridiquement, le Musée du quai Branly-Jacques Chirac est rattaché aux Musées des Beaux-Arts ; le lien avec les marchands d'art est poussé, et comme dans le cadre de nombreux musées d'art, le lien avec les collectionneurs ou mécènes est développé. Hélène Leloup, marchande réputée de Paris, fait partie de la commission d'acquisition du musée et est membre du Conseil d'administration de la Société des Amis du quai Branly-Jacques Chirac ; dans le Conseil d'administration du musée figurent aussi Anne Kerchache, veuve du marchand, Louis Schweitzer, ancien président de Renault, ou le président d'AXAA.

L'enrichissement des collections se poursuit et les achats sont une part relativement importante des acquisitions, qui se font soit dans des ventes aux enchères, soit auprès de marchands ou de galeristes²⁰⁶. Comme le rappelle Stéphane Martin, ces voies sont privilégiées : « Nous n'avons jamais acheté en

²⁰⁵ Un rapport a été effectué à la demande du Haut conseil à l'évaluation de la recherche et de l'enseignement supérieur sur le Département de la Recherche et de l'Enseignement du Musée du quai Branly-Jacques Chirac dans sa campagne d'évaluation 2014-2015. Mettant en avant le fait que le musée a « renoncé au modèle du musée laboratoire » (p. 5), il souligne que le département de recherche, malgré un nombre important de ressources, n'a une production scientifique propre que très marginale et que son activité relève davantage de « l'animation scientifique » (p. 5). Il souligne aussi que la séparation entre l'institution muséale et le département de recherche est prégnante puisque « Le Département de la Recherche et de l'Enseignement ne regroupe au demeurant pas toute la recherche menée au sein du MQB, car il n'englobe pas celles menées par les conservateurs, ni celles liées aux expositions, à l'enrichissement des collections, au pôle conservation-restauration, recherches qui relèvent des activités du département du patrimoine et des collections, dont le cloisonnement avec le DRE génère frustration et gaspillage d'énergie et de talents » (p. 6).

²⁰⁶ Comme le mentionne Estelle Fossey dans son enquête (2011), pour 2007 : 320 achats/73 dons, 2008 : 384 achats/742 dons, 2009 : 101 achats/12 dons.

Afrique, mais toujours en Europe. Nous avons retenu la leçon des Nok »²⁰⁷, sous-entendant ainsi que l'achat en Europe et uniquement grâce à des intermédiaires permettrait d'éviter les fraudes, les faux et le trafic illicite. La politique de mécénat et d'achats ne se cache pas de relations très fortes avec des privés, marchands ou collectionneurs. Stéphane Martin encourage en outre une politique de mécénat industriel et la Société des Amis du quai Branly-Jacques Chirac compte plus de 500 membres en 2009. Selon l'enquête statistique menée par Estelle Fossey (2011), 11% des membres de l'association sont des marchands ou des commissaires-priseurs. En outre, la Société des Amis a aussi créé le Cercle Claude Lévi-Strauss qui vise à soutenir la politique d'acquisition du musée et qui finance chaque année l'achat d'une œuvre, en concertation avec les autorités du musée.

Les marchands et les démarches privées sont associés à cette requalification artistique et sont donc vus comme le levier de cette reconnaissance et les acteurs de l'artification – le passage à l'art – des objets ethnographiques. Il ne s'agit pas là d'une caractéristique du champ, car le marché est considéré comme le moteur de l'autonomisation d'un champ artistique pour beaucoup de catégories : l'art moderne et l'art contemporain en sont des exemples. Outre les galeristes et marchands, nous avons aussi vu à quel point les ventes aux enchères ont permis la mise en place d'un réseau structuré, ont jalonné l'historique de la légitimation du champ par des ventes phares et ont participé à la définition de standards d'appellations et d'édition par leurs nombreuses publications.

Cependant, si le récit mythique met en avant les marchands et les privés comme instruments de l'artification des objets ethnographiques comme nous l'avons vu au chapitre précédent, force est de constater que c'est la création d'un musée dédié qui est perçu comme le signe ultime de la reconnaissance comme le révèlent les nombreux discours et textes autour de ces nouveaux musées :

²⁰⁷ « Entretien avec Éric Tariant : l'odyssée du musée ». *Beaux-Arts magazine*, 264, juin 2006, p. 65.

« Jouissant d'un rayonnement international, il [le Pavillon des Sessions] manifeste qu'il n'y a pas plus de hiérarchie entre les arts qu'il n'y a de hiérarchie entre les peuples ».

Et Gilles Martin-Chauffier en évoquant le projet du quai Branly-Jacques Chirac voulu par Jacques Chirac, rappelle (2010: 7) :

« Car il [Jacques Chirac] voulait la justice. Il ne s'agissait pas simplement de culture mais aussi d'un geste politique et symbolique fort au sens exaltant du terme, quand les affaires d'État s'éloignent des circonstances quotidiennes, donnent un sens à l'action et offrent une certaine vision du monde. En décrétant que notre plus grand musée serait la terre d'asile de tous les arts et refuserait d'en écarter la moindre civilisation, il en finissait officiellement avec le regard convenu posé sur certains peuples. Il ne s'agissait pas d'exposer quelques trésors mais de prouver que tous les hommes ont droit à l'Histoire ».

Les projets du Musée du quai Branly-Jacques Chirac ainsi que du Département des arts d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques du Louvre inaugurent alors une nouvelle ère dans l'appréhension des objets ethnographiques et reconfigureront durablement les relations entre les institutions muséales et les démarches privées des marchands et des maisons de ventes aux enchères.

La création du Département des arts d'Afrique, d'Océanie, d'Asie et d'Amérique au Louvre et la fondation du Musée du quai Branly-Jacques Chirac sont les premières étapes d'un renouvellement général des musées d'ethnographie en Europe. En France, à la suite de ces deux institutions, ouvrent le MUCEM à Marseille en 2013 et le Musée des Confluences à Lyon en 2014. En Suisse, le Museum der Kulturen de Bâle a rouvert un parcours d'exposition permanent complètement remanié en 2011, le Musée d'ethnographie de Genève inaugure ses nouveaux bâtiments et exposition en décembre 2014, après trois ans de fermeture. Le Musée d'ethnographie de Neuchâtel suit à quelques années près, avec une réouverture fin 2017. En Belgique, le Musée royal de l'Afrique centrale ferme fin

2013 pour une rénovation importante de son bâtiment devenu vétuste ; l'équipe en profite pour repenser les parcours d'exposition dont l'ouverture est prévue en 2018.

Bien qu'elle soit la première de ces refontes, la création du Musée du quai Branly-Jacques Chirac n'est pas le déclencheur de ces transformations ; en revanche, par le débat suscité en amont du projet ainsi que par des réflexions parmi les premières amorcées dans le monde des musées d'ethnographie, la création du quai Branly-Jacques Chirac restera, durant toute la fin du 20^e et le début du 21^e siècle, le référent incontournable pour les acteurs du champ concernant le changement de paradigme du musée d'ethnographie.

3.1.3 L'inflation du marché

En parallèle de la crise de l'ethnologie et des musées, ainsi que de la redéfinition du paysage des musées d'ethnographie, les années quatre-vingt et quatre-vingt-dix voient une augmentation des prix de vente records ainsi qu'une forte augmentation du nombre de galeries en général et un développement exponentiel des ventes aux enchères sur le marché de l'art²⁰⁸, particulièrement dans le secteur de l'art contemporain. L'art africain et océanien n'est pas non plus en reste : la Reine bangwa, de la collection Rubinstein vendue en 1966 à 29 500 francs, est vendue à New York en 1990 par Sotheby's pour 3,4 millions de dollars. En 1996, les collections Van Bussels d'Amsterdam, Jernanders de Bruxelles et Pierre Guerre de Marseille, comptabilisant deux cent cinquante objets au total, sont vendues pour 33 millions de francs. Un reliquaire du Gabon atteint le prix record de 5,47 millions d'euros en 2015 à Christie's²⁰⁹. En 2006, lors de la vente Vérité à l'Hôtel Drouot à Paris, le marteau du commissaire Guy Loudmer s'abat sur l'enchère de 5,9 millions d'euros pour un masque ngil (fang) acheté par la primo-acquérente en art africain Liliane Bettencourt²¹⁰. Plus récemment, en 2014, lors

²⁰⁸ Voir l'analyse de Nicholas Faith (1991) et celle de Julie Verlaine (2012).

²⁰⁹ Valérie Sasportas, « Triomphe pour l'art d'Afrique à Paris », *Le Figaro*, 24 juin 2015. Disponible en ligne sur : <http://www.lefigaro.fr/culture/encheres/2015/06/24/03016-20150624ARTFIG00163-triomphe-historique-pour-l-art-d-afrique-a-paris.php> [consulté pour la dernière fois le 28 avril 2018].

²¹⁰ Roxana Azimi, « L'art classique africain bat des records d'enchères à Paris », *Le Monde*, 24 juin 2015. Disponible en ligne sur :

d'une vente mémorable orchestrée par Sotheby's New York, la statue féminine sénoufo *debel* est adjugée à 12 millions de dollars²¹¹ :

« Effectivement, il y a des objets qui ont fait des millions d'euros parfois dans les ventes, ce qui est surprenant pour l'art de l'Afrique, car c'est quelque chose qui n'existait pas il y a peut-être dix ans. Il y a dix ans c'était extrêmement rare, maintenant il y en a un tous les ans qui dépasse le million d'euros, les deux, les cinq, les neuf millions peut-être, comme ça été le cas cette année je crois avec une pièce *kota* »²¹².

Selon les professionnels²¹³, le marché a connu un fort regain de dynamisme depuis 2001. Cette inflation, bien évidemment due à de multiples facteurs, est aussi savamment maîtrisée par les marchés, comme nous le verrons *infra*²¹⁴. Loin de s'être développé de façon autonome, le marché a bénéficié de collusions et mis en place un grand nombre de stratégies pour se développer. Pour Estelle Fossey (2011), la reconfiguration du paysage muséal ne serait pas étrangère à cet essor : l'offre muséographique nouvelle ainsi que le développement d'un programme événementiel de plus en plus dense auraient fortement dynamisé le marché, une hypothèse que j'explore *infra*²¹⁵.

3.1.4 Bilan : les relations entre les musées et les marchés entre 1980 et 2006

Les années quatre-vingt sont une période de très grande remise en question pour les musées d'ethnographie : la fracture entre musées et universités et consommée, l'ethnologie amorce une analyse réflexive et se détache des objets, le rôle et la

http://www.lemonde.fr/afrique/article/2015/06/24/l-art-classique-africain-bat-des-records-d-encheres-a-paris_4661083_3212.html [consulté pour la dernière fois le 28 avril 2018].

²¹¹ Les résultats de la vente de Sotheby's sont disponibles sur leur site Internet : <http://www.sothebys.com/fr/auctions/2014/myron-kunin-collection-african-art-n09225.html> [consulté pour la dernière fois le 28 avril 2018].

²¹² Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

²¹³ J'entends par ce terme les agences de notations et d'observation du marché telle qu'Art Media Agency et Artprice (agences générales) ou Artkhade et Tribal Index (agences spécialisées).

²¹⁴ Voir Chapitre 5, point 5.2.3 Co-construire la valeur, p. 360.

²¹⁵ Voir Chapitre 4, point 4.3 L'avènement de l'événementiel, p. 283 et point 4.3.4 Bilan : les enjeux de l'événementiel, p. 306.

place que le musée d'ethnographie doit jouer dans la société sont incertains. Les relations avec les marchés se tendent aussi largement : à son ouverture, le Musée du quai Branly-Jacques Chirac développe un nouveau paradigme qui se déploie principalement sur deux axes : la présentation des objets les associant aux objets d'art, et le modèle de gestion du musée en collaboration avec les privés et les marchands. Le rapprochement que le Musée du quai Branly-Jacques Chirac officialise entre ces deux pôles est vivement critiqué et le sujet, traversé de multiples enjeux, reste extrêmement sensible de nombreuses années après l'ouverture de l'institution.

Sa création et, surtout, le processus qui a mené à sa création sont souvent perçus comme la validation et la consécration des revendications que le monde marchand formulait au sujet de ces objets, à savoir les faire entrer dans le champ de l'art et de l'histoire de l'art occidental. Ainsi, pour Estelle Fossey (2011: 209) :

« Si les spécialités artistiques diffusées au sein du musée du quai Branly représentent aujourd'hui une place de choix dans la société française, c'est parce que nous avons affaire à un monde de l'art qui est soutenu par la sphère privée. Nous pouvons même ajouter que si les arts d'Afrique, des Amériques, d'Asie et d'Océanie sont aujourd'hui se (*sic*) qu'ils sont, c'est parce qu'ils ont été traditionnellement soutenus par des acteurs privés, et ce depuis le début du XX^e siècle ».

Cependant, dans le champ de l'objet ethnographique²¹⁶, le marchand a été perçu comme une figure-clé par le discours alternatif qu'il proposait de développer sur ces objets : autrefois marginal et formulé pour opposer un contre-pouvoir aux institutions muséales et aux mondes de l'art académiques, ce discours est aujourd'hui devenu légitime et intégré dans les musées d'ethnographie. Bien que l'historique tel que raconté par la majorité des acteurs et par certains chercheurs fasse du marchand privé la figure clé du soutien et d'un discours original porté sur

²¹⁶ Je précise ici qu'il s'agit de la situation spécifique de ce champ et que la figure du marchand, comme nous l'avons vu à plusieurs reprises dans l'historique, n'est pas forcément exclue des musées de beaux-arts ni perçue comme subversive. Voir par exemple le travail de Pamela Guerdat (2011) sur les relations entre les musées et les marchés dans les musées de beaux-arts au 19^e siècle.

les objets, c'est la création d'une institution muséale étatique qui est perçue comme la consécration ultime et qui a permis de redynamiser le marché. Un apport de l'institution muséale que les marchands soulignent :

« Holalala, ça a été... C'est comme si on avait mis un turbo à un moteur diesel. On doit énormément de choses à Chirac et Kerchache. C'est énorme ce qu'on leur doit. D'abord le Pavillon des Sessions était le cheval de Troie dans l'établissement français. Et puis Branly... c'est un musée qui quelque part, et c'est ça qui en fait quelque chose de prodigieux, n'est pas simplement l'écrin de chefs-d'œuvre pour des gens avertis, mais ça permet à des gens qui ne savent pas, qui à priori n'ont pas envie, de tomber sous le charme et d'apprendre, car on ne peut pas ne pas être sensible à ce qu'on voit. La façon dont c'est montré, au niveau européen, est très certainement une grande réussite et ça a multiplié presque par deux le nombre de collectionneurs. Et on en avait grandement besoin. Et ça a fait aussi terriblement monter les prix »²¹⁷.

« Moi je remercie à chaque fois que j'en parle, dans chaque entretien ou chaque interview, je remercie Jacques Chirac pour ce qu'il a fait, parce que le musée du quai Branly, c'est certainement un déclencheur d'évolution très positive du marché de l'art africain, du marché de l'art tribal »²¹⁸.

La collaboration que le musée du quai Branly-Jacques Chirac officialise entre marchands et institutions muséales est perçue, vu l'état extrêmement distendu des relations entre les deux dans les années précédentes directement²¹⁹, comme une transformation majeure du paysage. Ces collaborations sont loin d'être invisibles : dans le processus de création du musée, l'implication du marchand Jacques Kerchache était claire et les conservateurs du quai Branly-Jacques Chirac confirment leurs collaborations avec des marchands et les avantages de ces

²¹⁷ Entretien avec un galeriste bruxellois, 26 janvier 2015.

²¹⁸ Entretien avec un galeriste bruxellois, 12 juin 2015.

²¹⁹ Voir *supra*, Chapitre 2, point 2.3.3 Bilan : les relations entre les marchés et les musées après la Seconde Guerre mondiale, p. 161.

dernières, comme le note Estelle Fossey (2011: 141) au sujet de son entretien avec Aurélien Gaborit, conservateur du Département Afrique des collections :

« “Je dois dire que je suis plutôt content et en même temps un peu triste que le musée n’ait pas fait tout le travail qu’a fait Johan Lévy qu’il a fait à l’époque sur les Boli, enfin je veux dire tout le travail de recherche, d’analyse scientifique sur un certain nombre de pièces qu’il a présentées donc dans son exposition sur les Boli. [...] Et oui, il a été plus vite, parce qu’ici c’est extrêmement long d’organiser tout ça, il faut un budget, un dossier, etc.”. Cette remarque démontre que l’expertise des experts marchands est légitime pour les professionnels de musée aujourd’hui, ce type d’aller-retour est spécifique aux spécialités Afrique et Océanie ».

Ainsi, la création du MQB a visibilisé ces relations et, loin d’être un modèle auquel adhère l’ensemble des acteurs qui gravitent autour de l’objet ethnographique, le musée s’apparente davantage aujourd’hui à un point de référence à l’aune duquel chacun se positionne : proche de ce modèle, plutôt proche, en désaccord, voire en opposition complète. La place de chacun dans le champ s’accompagne dans tous les cas d’une position par rapport au paradigme que le musée a constitué, tant dans son projet expographique que son projet de financement et de gestion.

3.2 L’ÉCHANTILLON DE RECHERCHE

L’historique du champ ainsi que la situation actuelle des institutions et du marché des objets ethnographiques ont fondé la base de la définition de mon échantillon de recherche ainsi que de ses limites temporelles et géographiques. Si les précédents chapitres ont fourni quelques indices des principaux acteurs évoluant dans le champ de l’objet ethnographique ainsi que des lieux importants de son exposition et de sa circulation, je désire ici présenter comment, dans un premier temps, j’ai circonscrit l’espace temporel et géographique de ma recherche et, dans un deuxième temps, quels sont les acteurs que j’ai choisi d’interroger et d’observer, et sur quels critères.

3.2.1 Temporalité et espace de la recherche

« Paris est une plateforme importante pour l'art premier ; chaque année les tendances s'en dégagent. Le marché français qui est composé de connaisseurs est plus traditionnel et établi que le marché new-yorkais, qui a vu une explosion des collectionneurs venant du monde de l'art moderne et contemporain » (Zarembler 2012, p. 134).

Cette recherche est axée sur deux lieux importants pour l'art africain et océanien : la France et la Belgique, et plus précisément leur capitale, Paris et Bruxelles. Ce choix s'est fait sur la base des considérations *emic* des acteurs concernés ainsi que par rapport à l'historique du marché et du développement des musées d'ethnographie dans ces régions. Comme nous l'avons vu dans les chapitres précédents et comme le signale la citation de Maureen Zarembler, le marché s'est récemment recentré autour de Paris et de New York²²⁰. En outre, l'histoire du champ de l'art africain et océanien telle que racontée par les acteurs concernés met souvent en exergue la place importante de Paris et de Bruxelles tant dans le commerce des pièces (les villes connaissent toute deux une concentration de marchands d'art africain et océanien importante et localisée dans des quartiers précis), que dans le processus de reconnaissance et d'institutionnalisation de cet art (la création du Musée du quai Branly-Jacques Chirac en étant la consécration ultime). Les statistiques effectuées par Estelle Fossey et par Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008: 30-31) montrent en outre que la majorité des collectionneurs d'art africain résident à Paris puis, à l'étranger, en Suisse et en Belgique. Nous avons vu comment Londres avait perdu sa place de leader du marché au profit de New York, et comment, durant l'après Seconde Guerre mondiale, Paris avait gagné les galons de sa légitimité sur le marché de l'art africain et océanien. Bruxelles, par son histoire, est restée une place importante d'entrée des objets et donc d'établissement des marchands et des collectionneurs, et la Suisse, comme nous l'avons vu, a par ses spécificités douanières et fiscales été un lieu de résidence souvent plébiscité par les collectionneurs. En Europe, la

²²⁰ Voir *supra*, Chapitre 2, point Les mouvements entre États-Unis et France, p. 138.

France, la Suisse et la Belgique concentrent donc à eux trois une grande partie des collections et des objets ethnographiques.

La recherche multi-sites – à comprendre comme un terrain impliquant différents lieux, et non comme le même terrain sur différents sites – est particulièrement pertinente quand, comme dans mon cas, l'intérêt se porte principalement sur les réseaux et les échanges. En effet, il apparaît que les marchands implantés à Paris et Bruxelles s'inscrivent dans les mêmes réseaux ; la recherche a donc aussi pour objectif de mettre en évidence la structure de ces réseaux, les collaborations et les concurrences. Elle permet ainsi de pointer les connexions entre ces lieux, les mouvements, la mobilisation de l'un ou l'autre lieu dans l'autre, etc. ; elle permet de saisir les flux d'objets, mais aussi de connaissances et de gens.

En outre, la recherche sur plusieurs sites a permis à la fois d'envisager la problématique de manière élargie et d'opérer certaines comparaisons entre des régions proches (géographiquement, historiquement ou intellectuellement), telles que Bruxelles et Paris. L'objectif a été de compléter la recherche effectuée dans un premier temps à Paris et Bruxelles par des données suisses, notamment Genève et Neuchâtel qui abritent tous deux un musée d'ethnographie, des maisons de ventes aux enchères et des galeries d'art africain et océanien. Ces données issues d'institutions suisses, par la différence des relations entretenues entre les acteurs (de l'absence de relations revendiquée pour Neuchâtel à des relations souvent très décriées pour Genève), a permis de mettre en relief les éléments observés en France et en Belgique.

Cependant, la recherche multi-sites implique aussi quelques désavantages dont il faut tenir compte : l'anthropologue ne pouvant se trouver sur deux lieux en même temps, elle ne peut observer les situations simultanément et doit donc prendre garde à recadrer chaque situation par rapport à une temporalité précise et un contexte précis. Il est, dans ce cas, même intéressant d'envisager le terrain comme un ensemble de situations à positionner les unes par rapport aux autres plutôt que comme des sites fermés entrant parfois en connexion.

La recherche ayant été amorcée en 2013 par des séries d'investigations préparatoires, et compte-tenu l'ampleur du travail (le nombre d'acteurs et d'institutions concernés²²¹), le terrain s'est déroulé durant trois années, dont deux de façon intensive : l'entrée sur le terrain et les premiers contacts avec les marchands et institutions muséales ont été pris dès novembre 2013 et ont été soutenus dès mon arrivée à Bruxelles et à Paris en septembre 2015. Après le constat d'une saturation des données (répétitions dans les entretiens et observations), la décision a été prise de sortir du terrain fin 2016 ; cette sortie a été effective et totale au 31 décembre 2016 et aucune observation ni entretiens de fonds n'ont été menés par la suite.

3.2.2 Acteurs et échantillonnage²²²

« Au vu de ma fenêtre [de galeriste], sans parler des institutions, il y a les maisons de ventes, les galeristes, les marchands sans galerie. Il y en a beaucoup qui font des salons. Ça fonctionne pendant les événements, c'est-à-dire les grandes ventes et les salons et le reste du temps, chacun prend ses vacances s'il veut ! »²²³.

Cette citation d'un galeriste bruxellois illustre bien les différentes catégories d'acteurs qui composent le paysage général du champ. Il attire ainsi notre attention sur une schématisation à éviter, celle de la dichotomisation entre institutions muséales et marchands. En effet, si nous avons vu que cette séparation était fréquemment mobilisée dans l'histoire du champ, le chercheur serait malavisé de la réemployer ainsi ; la situation ne peut se résumer à cette opposition et différents acteurs structurent chaque catégorie.

J'ai ainsi, sur la base de la situation actuelle exposée *supra* et d'entretiens préparatoires, identifié quatre acteurs majeurs dans la relation entre les musées et les marchés de l'art : les institutions muséales, les galeries, les maisons de ventes aux enchères et les marchands sans espace fixe de monstration – une galerie par

²²¹ Voir l'annexe 3.1 : les acteurs de l'échantillon de recherche.

²²² *Idem*.

²²³ Entretien avec un galeriste mené à Bruxelles en 2014.

exemple, communément appelés « à la sauvette ». Une pluralité des acteurs aussi pointée par Raymond Corbey (Corbey, 2000: 83) dans son terrain sur les échanges d'objets au Cameroun :

« Apart from the usual passers-by, each gallery has a more or less fixed clientele, which shifts to some degree over the years. [...] Most business, however, is conducted between dealers, locally and internationally, directly or through auctions, on all levels of quality. Auctions also provide suitable occasions for business contacts before and after the event, also with private collectors and museum staffers »²²⁴.

Chacun de ces acteurs revendique et négocie une place dans le champ, et toute modification de stratégie de l'un peut entraîner des changements ou repositionnements des autres. Ma recherche se base donc sur un échantillon de chacun de ces groupes d'acteurs dans chaque espace géographique défini *supra*.

Les musées

En ce qui concerne les musées d'ethnographie, j'entends le *musée* tel que défini par l'ICOM²²⁵ et qui conserve des objets issus de tous les continents, excepté l'Europe. Il s'agit donc d'une institution permanente et sans but lucratif, ce qui exclut les fondations privées ou les seuls espaces d'exposition (ces derniers pouvant cependant relever d'une autre catégorie d'acteurs identifiés, comme nous le verrons *infra*).

En outre, ma recherche est circonscrite aux collections non européennes, car traiter des objets occidentaux considérés comme des objets ethnographiques

²²⁴ « Outre les passants habituels, chaque galerie a une clientèle plus ou moins fixe, qui peut évoluer au fil des ans. [...] Cependant, la plupart des transactions sont menées entre marchands, localement et internationalement, directement ou par le biais d'enchères, à et ce pour tous les niveaux de qualité. Les enchères offrent également des occasions appropriées pour nouer des contacts avant et après l'événement, tant avec d'autres marchands qu'avec des collectionneurs privés ou des membres du personnel des musées ».

²²⁵ « Un musée est une institution permanente sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation. » Définition mise à jour par l'ICOM (International Council of Museums) lors de sa 21^e conférence générale à Vienne en 2007. Disponible sur <http://icom.museum/la-vision/definition-du-musee/L/2/>.

élargirait la problématique à d'autres questionnements (comme la différence entre objets ethnographiques et folkloriques, etc.) et étendrait trop la recherche²²⁶.

Les galeries

Si le nombre de musées d'ethnographie en France, en Suisse et en Belgique reste relativement limité, le nombre de galeries établies en tant que galerie d'art africain ou océanien est élevé, quoique limité en regard des autres spécialités artistiques²²⁷. Pour ne pas étendre trop la recherche, il a alors été nécessaire de limiter le nombre de galeries à interroger et à observer. La catégorisation des galeries par aire géographique des objets vendus se révèle de moins en moins pertinente aujourd'hui : un grand nombre de galeristes sont hétéroclites et généralistes, de façon à pouvoir s'adapter rapidement aux fluctuations du marché et se repositionner face à la demande. Ainsi, il existe des galeries très spécialisées, majoritairement dans une aire géographique ou une thématique, et des galeries très généralistes. Le choix des galeries ne peut se faire sur le seul critère géographique ; après quelques recherches et des entretiens préliminaires, trois critères sont apparus comme pertinents dans les collaborations entre institutions et galeries : la réputation de la galerie, sa localisation et sa visibilité. La réputation de la galerie se fonde sur différents critères, tels que les collaborations que celle-ci entretient avec les autres acteurs du champ ou le bouche-à-oreille. La localisation de la galerie participe de sa réputation (si elle est implantée dans les quartiers reconnus et validés par les pairs, tels que le quartier de Saint-Germain à Paris ou des Sablons à Bruxelles) et sa proximité avec des institutions facilite les contacts. La visibilité est un critère qui prend en compte l'implication du galeriste dans le développement du milieu, sa participation aux différents salons et foires, etc. Comme on peut le remarquer, ces trois critères sont eux-mêmes extrêmement liés, l'un pouvant participer de l'autre.

²²⁶ Voir annexe 3.1 : les acteurs de l'échantillon de recherche, section « les musées » pour la liste des musées concernés par cette définition et leurs caractéristiques.

²²⁷ Voir Julie Verlaine (2012) pour les statistiques sur les galeries d'art contemporain, notamment.

Le choix des galeries s'est donc fondé sur ces trois critères ainsi que sur les deux types de galeries existants (spécialisés ou généralistes), de façon à avoir un échantillon représentatif du milieu²²⁸.

Les maisons de ventes aux enchères

L'historique du champ ainsi que l'état de la situation actuelle ont montré que les maisons de ventes occupaient une place importante dans le champ : depuis quelques années, les grandes maisons de ventes aux enchères se sont dotées de départements uniquement consacrés aux arts africains et océaniques et des maisons de ventes aux enchères spécialisées dans ce domaine ont vu le jour²²⁹. Certains commissaires-priseurs indépendants intègrent aussi des objets d'art africain et océanique à leurs ventes ou en consacrent parfois même certaines exclusivement à ce type d'objets. Comme pour les galeries, il s'agit de diversifier l'échantillon en tenant compte tant des généralistes que des spécialistes, ceci dans le bassin géographique considéré. En ce qui concerne les maisons de ventes aux enchères internationales, telles Sotheby's ou Christie's, les ventes sont réparties dans les grandes villes du monde selon les spécialités. Dans le domaine de l'art africain et océanique, c'est à Paris que se font les ventes aux enchères européennes. Paris compte en outre un lieu de ventes aux enchères important, qui inclut depuis peu les maisons de ventes spécialisées en objets ethnographiques : Drouot.

Le volet de la recherche consacré aux maisons de ventes prend donc en compte les différents spécialistes impliqués dans les départements ethnographiques du duopole international constitué par Sotheby's et Christie's à Paris, Bruxelles et Genève et les différentes ventes aux enchères consacrées exclusivement à l'art africain et océanique. Ces ventes ont généralement lieu en juin, septembre et décembre. D'autres maisons de ventes proposent cependant des ventes dédiées à l'art africain et océanique et font donc partie de l'échantillon de recherche : à Paris, la maison Artcurial propose elle aussi des ventes dédiées aux objets

²²⁸ Notons que toutes ces galeries ont été contactées en amont afin d'avoir leur accord sur une éventuelle participation à la recherche. Voir annexe 3.1 : les acteurs de l'échantillon de recherche, section « les galeries » pour la liste des galeries sélectionnées ainsi que leurs caractéristiques (appartenance à des associations, liens avec les musées, etc.).

²²⁹ Voir *supra*, Chapitre 2, point Les mouvements entre États-Unis et France, p. 138 et Chapitre 3, point 3.1.3 L'inflation du marché, p. 180.

ethnographiques et à Drouot différents commissaires-priseurs organisent des ventes consacrées, comme Cornette de Saint-Cyr, qui possède aussi une antenne à Bruxelles, Binoche et Giquello, les études Ader, Baron-Ribeyre, Audap-Mirabeau, Castor Hara, Le Fur, Million, De Baecque et Pierre Bergé. Á Bruxelles, Native et Lempertz sont les maisons qui organisent les principales ventes aux enchères dans le domaine²³⁰.

Autres acteurs

Des acteurs qui ne se situent pas dans ces catégories sont à prendre en compte dans ma recherche également. En effet, le champ n'étant pas strictement structuré, il existe un certain nombre de personnes qui ne prennent part que de façon ponctuelle (expositions, événements, etc.) aux activités ou des personnes qui ne sont aujourd'hui plus en activité, mais qui restent des références incontournables du champ. Ces acteurs ont aussi été interrogés dans le cadre de ma recherche et ont pu exprimer un point de vue sur l'évolution du champ, fournir des clés de compréhension alternatives, expliciter les réseaux existants ou les perspectives de développement : il s'agit de marchands ou de conservateurs à la retraite, de critiques ou de journalistes, d'indépendants travaillant pour les galeries ou les musées (prestataires externes, tels que socleurs, graphistes, éditeurs, etc.), ou des organisateurs d'événements (tels que les salons comme *Parcours des Mondes*).

En outre, il existe aussi quelques institutions qui n'entrent pas dans la définition du musée citée *supra*, mais qui ont une place importante au sein du champ de l'objet ethnographique. Il s'agit pour la plupart de fondations privées, dénommées aujourd'hui musées, voire appartenant à l'ICOM, telles que la Fondation Musée Dapper ou le Musée Barbier-Muller de Genève. Ces fondations sont considérées par les acteurs du champ comme des musées à part entière et ont été prises en compte dans l'échantillon de recherche.

²³⁰ Voir annexe 3.1 : les acteurs de l'échantillon de recherche, section « les maisons de ventes ».

3.3 L'ENQUÊTE

« Les sciences sociales légitiment le savoir qu'elles produisent à travers leurs outils conceptuels et méthodologiques ; théories et méthodes constituant une interface dans laquelle les premières sont – idéalement – mises à l'épreuve des secondes ».

Christian Ghasarian (2006: 5).

Comme nous l'avons vu *supra*²³¹, le cadre conceptuel dans lequel s'inscrit cette analyse est pluriel et génère des possibilités d'outils multiples. Il importe donc ici de préciser la méthodologie plébiscitée, par rapport aux caractéristiques du champ abordées ci-dessus, mais aussi de voir comment deux disciplines peuvent trouver dans la combinaison de leur méthode une fin satisfaisante. Deux moments importants structurent cette méthodologie : le premier est celui de la production des données et le second celui de leur traitement. La relation entre ces deux moments a été appréhendée de manière inductive afin de comprendre les stratégies et les relations établies entre les différents acteurs de ce champ : s'il y a une problématique de départ²³², je n'ai pas établi d'hypothèses à confronter aux données empiriques, considérant sur la base de la *grounded theory* (Glaser et Strauss, 1967) que l'analyse émerge d'une interaction constante avec les données empiriques, un processus aussi appelé *itération* par Jean-Pierre Olivier de Sardan, (1995: 94). L'objectif de cette méthode est d'éviter les présupposés qui pourraient influencer fortement sur l'analyse et les résultats.

C'est la principale caractéristique épistémologique d'un des cadres conceptuels abordés *supra*²³³ – le terrain ethnographique – qui a été choisie comme méthode de production des données. Le terrain est en effet la méthode qui correspond le

²³¹ Voir *supra*, Chapitre 1, point 1.3 Cadre disciplinaire, p. 77.

²³² Voir *supra*, Chapitre 1, point 1.2 Problématique, p. 73.

²³³ Voir *supra*, Chapitre 1, point 1.3.1 La socio-anthropologie de l'art, p. 77.

mieux aux caractéristiques du champ évoquées ci-dessus : au vu de la sensibilité du sujet, des multiples références internes et des enjeux implicites, le terrain ethnographique a permis d'être « au plus près des situations naturelles des sujets – vie quotidienne, conversations – dans une situation d'interaction prolongée » (Olivier De Sardan, 1995: 73), révélant des anecdotes, des problématiques et des sensibilités qu'aucune enquête par questionnaire n'aurait pu effleurer. La production des données grâce à une enquête de terrain a donc généré des connaissances qui ne peuvent être séparées de leur contexte de production : les observations de leur contexte de description, les entretiens de leur contexte d'énonciation.

La méthode du terrain ethnographique fait parfois l'objet de critiques virulentes, la crédibilité de ses données pouvant être jugée peu élevée et son aspect majoritairement qualitatif remis en cause. Quelle est la validité scientifique de ces données et comment peut-elle être confirmée ? De nombreux auteurs se sont penchés sur la « véridicité » (Passeron, 1991) ou la « plausibilité » (Olivier De Sardan, 1995, 2004) des données issues du terrain ethnographique ; tous se rejoignent sur plusieurs points qu'il me paraît important de rappeler ici.

Tout d'abord, le caractère qualitatif du terrain et la nature des données récoltées, parfois sur la base d'une forme de subjectivité, peuvent être considérés comme recevables par la communauté scientifique, si leur traitement répond à quelques conditions. La première de ces conditions est la rigueur adoptée lors de la production des données, celles-ci ayant dû faire l'objet d'une systématique et d'un tri ; cette même rigueur doit se retrouver dans le traitement des données et leur analyse, au travers de l'explication – par le chercheur – de ses changements de stratégies, de ses choix, des exceptions faites, ainsi que *du parcours de l'information* : comment celle-ci a-t-elle été recueillie, où, par qui, à quel moment²³⁴ ? Cette position refuse de considérer « une pureté pré-interprétative » des données, réfutant ainsi tout positivisme.

²³⁴ Notons que le chercheur peut détailler au maximum le parcours de l'information, mais que celle-ci reste soumise à ce qu'Olivier de Sardan nomme le « pacte ethnographique », qui « atteste pour le lecteur que l'anthropologue n'a pas inventé les discours dont il rend

En outre, si les données ne peuvent figurer entièrement dans le travail, le chercheur effectuant une forme de « montage » avec ses *rushs*²³⁵, une présence forte de ces dernières dans le rendu final assure leur visibilité et les consacre en tant que preuves – ou *testum* – pouvant être réfutées – ou *contestées*²³⁶.

La méthode inductive itérative a pour particularité de se construire en grande partie par une confrontation de la théorie au terrain et inversement, relevant davantage de l'action-réaction que de la planification totale en amont. Si cette méthode a pu être qualifiée de bricolage²³⁷, elle permet à mon sens des ajustements fins et des combinaisons de méthodes variées selon les contextes, mais aussi selon les individus concernés, leurs rôles, leur personnalité ou les groupes auxquels ils appartiennent. Comme le rappelle Christian Ghasarian (2006: 8) :

« Les idiosyncrasies de l'anthropologue, la situation de terrain, la nature de la recherche, les questions de confidentialité et l'énorme variété de personnes étudiées font qu'un manuel de terrain avec des instructions définitives sur l'enquête ethnographique, une méthode qui respecte les évidences et minimise les distorsions sans prétendre au rationalisme des sciences naturelles, ne peut voir le jour ».

L'ethnologue se doit donc de faire de continuel ajustements personnels au gré des circonstances, tout en respectant un certain nombre de règles, notamment éthiques, sur lesquelles je reviendrai *infra*²³⁸, lors de l'exposition de la posture de recherche adoptée sur le terrain.

compte et qu'il n'a pas rêvé les descriptions qu'il propose » (Olivier De Sardan, 1995: 107).

²³⁵ Une métaphore empruntée à George Marcus (1990).

²³⁶ Voir Jean-Pierre Olivier de Sardan (1995), mais aussi Roger Sanjek (1991).

²³⁷ Voir Lévi-Strauss qui développe la notion de bricolage pour l'anthropologie dans *La Pensée sauvage* (Lévi-Strauss, 1962). Pour une actualité de cette notion et de sa critique en anthropologie, voir le numéro 52 de *Social compass* consacré à la question : « Au-delà du syncrétisme : le bricolage en débat », *Social Compass*, 52 (3) et 52 (4), 2005.

²³⁸ Voir *infra*, Chapitre 3, point 3.3.3 Posture de recherche, p. 209.

Cette méthode offre la possibilité à la recherche de se moduler et de s'ouvrir à d'autres axes d'enquêtes et de réflexion au fil du terrain, sans s'enfermer dans les *a priori* qui pourraient formater toute première problématique de recherche. Celle-ci est en effet souvent élaborée alors que le terrain n'est encore en grande partie qu'une équation à plusieurs inconnues. Cette méthode permet de combiner l'anecdote et la généralité, l'illustratif et le théorique, l'entretien et l'observation, l'analyse du discours et du métadiscours, de prendre pour acquis ou de prendre du recul, de croiser et trianguler les informations, de combiner questions directives et intérêts généraux, de générer – ou de s'appuyer – sur du chiffre tout en tenant compte des ressentis, de tester, d'explicitier, d'échouer, de recommencer, d'affiner et de re-tester.

La partie qui suit a donc pour objectif d'exposer comment ce canevas général d'enquête ainsi que ces problématiques inhérentes à l'enquête par terrain ethnographique ont été appliqués à la situation des musées d'ethnographie et des marchés de l'art telle que présentée *supra*²³⁹. Dans un premier temps, il s'agit de considérer la production des données : quelles ont été les méthodes adoptées pour produire ces données, quels sont leur provenance et leur *parcours*, quels ont été les ajustements opérés aux différents moments de l'enquête ? Dans un deuxième temps, je m'arrêterai sur les outils utilisés pour traiter ces données et sur les portes d'entrée que j'ai choisies pour amorcer une analyse, à savoir l'anecdote, l'analyse d'expositions, la mise en image et la statistique. Finalement, je reviendrai sur les considérations éthiques et déontologiques de ce terrain, et sur la posture d'enquête adoptée au vu de ses caractéristiques propres.

²³⁹ Voir *supra*, Chapitre 3, point 3.1 Les musées d'ethnographie et les marchés d'art africain et océanien, des années 80 à aujourd'hui 2 : situation actuelle, p. 167.

3.3.1 Production des données

« Regardez fonctionner les salles des ventes, où l'artiste, de son vivant, peut assister à son authentification sans y prendre part. Prenez acte des contradictions inhérentes au lieu où l'art est exposé et vendu » (O'doherty, 1976-1981: 149).

Lorsque Brian O'Doherty écrit sa postface aux essais sur le *white cube* en 1986, il revient sans ambiguïté sur les évolutions du monde des galeries et du marché : soulignant l'importance grandissante du monde économique et des processus d'industrialisation dans les secteurs artistiques, il offre une plaidoirie en plusieurs points qui rejoint de façon étonnante les grandes lignes de cette enquête. Comme O'Doherty le prescrivait, celle-ci place en son cœur l'observation, particulièrement celle des contradictions et des conflits. Outre l'observation, non seulement du fonctionnement quotidien des acteurs cités ci-dessus, mais aussi des événements ponctuels plus importants, l'enquête qualitative menée entre 2013 et 2016 se compose d'entretiens et de la récolte des sources écrites. Ces trois méthodes de terrain permettent d'effectuer une triangulation des données (Olivier De Sardan, 1995: 92-93) nécessaire à une enquête de terrain rigoureuse : en recoupant les données produites, la triangulation évite au chercheur de s'enfermer dans un point de vue ou une seule source et le force à complexifier l'analyse en cherchant l'hétérogénéité des données plutôt que leur homogénéité.

Observation et observation participante

Deux types de situations d'observation se sont déroulés sur ce terrain. Le premier type relève d'une observation stricte, simple ou participante, donnant lieu à une production de descriptions selon les canevas d'observation réfléchis en amont des situations identifiées. Ces observations concernent principalement les événements ayant lieu régulièrement dans le milieu : expositions, foires, salons et rencontres.

Le deuxième type concerne des observations ayant relevé davantage d'une fréquentation informelle du milieu que de situations précisément localisables dans le temps et l'espace. La fréquentation des salons, des expositions, des galeries et

des ventes publiques, en dehors de celles de l'échantillon d'enquête ; les lectures systématiques des journaux et des revues d'art ; la proximité, voire l'amitié, installée parfois avec certains acteurs du champ ; tous ces éléments ont induit une familiarisation progressive avec le milieu, générant une connaissance produite davantage sur une forme d'expérience sensible et participant à une certaine compréhension ou interprétation des données (Olivier De Sardan, 1995: 75). Les deux types d'observation ne sont pas toujours strictement dissociables et se sont parfois combinés.

L'observation s'est aussi doublée d'une participation à un certain nombre d'activités du milieu muséal : ainsi mon intégration successive dans les équipes du Musée d'ethnographie de Genève, de Neuchâtel puis au Musée royal de l'Afrique centrale a permis de participer à la vie collective des institutions et à leurs activités formelles (recherche, conception d'expositions, acquisitions, édition, etc.) ou informelles (repas, activités de groupe, etc.). Une participation qui a trouvé son pendant à mon implication, du côté du marché, dans l'organisation et dans la vie des équipes de certaines galeries et maisons de ventes aux enchères.

L'observation stricte a pris place en plusieurs endroits et à différents moments de l'année et porte sur plusieurs aspects. Les événements annuels marquants ont donc alimenté une grande partie des observations. Dans le champ de l'art africain et océanien, plusieurs événements sont considérés comme importants, voire primordiaux. Il s'agit principalement de foires et de salons auxquels participent les galeries, parfois les institutions muséales, et que visitent la grande majorité des acteurs du champ. Tout comme pour les galeries ou les maisons de ventes aux enchères, ces événements peuvent être généralistes ou spécialisés. Au niveau des événements spécialisés, on trouve le *Parcours des Mondes*, qui a lieu tous les ans en septembre à Paris, et le *BRUNEAF*, qui a lieu deux fois par an (en janvier et en juin) à Bruxelles. Du côté des événements non spécialisés où sont présentes des galeries d'art africain et océanien, les foires de *BRAFA* en janvier à Bruxelles et de la *Biennale de Paris* en septembre à Paris sont considérées comme les foires

les plus importantes pour le milieu par les acteurs concernés²⁴⁰. Des foires considérées comme mineures ont aussi lieu tous les ans, comme le *Paris Tribal* en avril à Paris, le *Brussel Art Square* (BAS) en septembre et *Thema* en novembre, à Bruxelles.

Notons que pour des raisons de calendrier, l'observation de *Bruneaf d'été* n'a pu être effectuée en 2014. En outre, les foires *Paris Tribal*, *Brussel Art Square* et *Thema*, jugées comme plus confidentielles, n'ont pas été portées à ma connaissance lors de la première année d'enquête. En effet, ces foires sont davantage considérées comme des événements entre experts que comme des occasions de faire connaître l'art africain et océanien à un public élargi – comme c'est par exemple le cas pour le *Parcours des Mondes* ; elles ne bénéficient donc que d'une communication réduite. Les observations de *Bruneaf d'été*, de *Paris Tribal*, de *Brussel Art Square* et de *Thema* manquantes pour 2014 ont donc été compensées par une récolte de matériel photographique et de sources écrites (catalogues, presse, etc.).

L'observation de ces événements a suivi un canevas en cinq points : observation de l'organisation, de la participation des professionnels, de la participation du public, des objets et finalement des dispositifs.

En ce qui concerne l'observation de l'organisation, l'intérêt s'est porté sur deux points : quels sont les organisateurs de l'événement (un comité, des institutions, des individus, des privés) ? Comment est organisé l'événement et avec quels moyens ? L'observation de la participation des professionnels visait à savoir quelles étaient les galeries sélectionnées pour tenir un stand et, si possible, sur quels critères. L'observation du public a consisté en l'identification du genre, de l'âge et des attitudes des observateurs, des acheteurs et des amateurs présents sur les stands des galeries sélectionnées. Dans un troisième temps, il a été question de la réception de l'exposition : quelle a été sa fréquentation ? Qu'en ont dit la presse

²⁴⁰ Une présentation plus détaillée de ces foires est faite dans la deuxième partie de cette recherche, Chapitre 4, point 4.3.1 Les galeristes et les foires, p. 284 ainsi que dans les annexes du chapitre 4.

et le public ? L'observation des objets s'est quant à elle structurée autour de plusieurs axes : les types d'objets présentés (sculpture, peinture, mais aussi masque, cuiller, etc.), leur nombre, leur provenance et la création d'une éventuelle cohérence thématique entre eux.

Comme nous l'avons vu dans le cadre conceptuel *supra*, le dispositif est au centre de la problématique de recherche. Envisagé de façon large, le dispositif est transversal à tous les acteurs de l'échantillon d'enquête : musées, mais aussi maisons de ventes aux enchères, galeristes, vendeurs aux marchés aux puces, etc. Les expositions et les dispositifs d'exposition sont un phénomène qui ne se circonscrit pas aux musées.

Comme nous l'avons vu dans la revue de littérature présentée *supra*, Cécilia Hurley-Griener et François Mairesse (2012) rappellent quelques recherches ayant développé l'analyse d'exposition comme outil d'enquête : l'analyse du dispositif des collections permanentes du MoMA par Duncan et Wallach (1978), mais aussi l'analyse par Nathalie Heinich et Michael Pollak (1989) de l'exposition *Vienne, naissance d'un siècle* qui s'est tenue au Centre Pompidou à Paris. Ces enquêtes nous montrent à quel point il peut être pertinent de relever et d'étudier l'ensemble des éléments qui amènent à la présentation d'une exposition de façon à saisir le dispositif dans son ensemble.

La méthodologie adoptée a donc consisté à s'interroger sur deux éléments. Les lieux d'exposition tout d'abord : comme le préconise Pierre-Alain Mariaux (2007), il convient de s'interroger sur les cadres institutionnels dans lesquels les objets, les êtres et les idées sont présentés, selon un ordre précis et une intention claire. Ainsi, selon cette approche, je me suis intéressée à l'institution et à ses contraintes ou avantages, aux budgets, aux personnes qui ont conçu et présenté les expositions et à leurs liens institutionnels ou personnels, etc.

Le deuxième élément d'observation est celui de l'exposition en elle-même et au relevé systématique des points suivants :

- Quelles sont la taille et la disposition générale de l'exposition ? Quelle est la répartition des espaces, notamment dans les expositions de galerie, entre les espaces de monstration, d'achat, etc. ?
- Quels sont le type d'exposition et la présentation des expôts (narration, juxtaposition, etc.) ? Comment sont disposés les objets (en série, individuellement, etc.) ?
- Quelle est la scénographie adoptée (en termes de lumière, de socles, de couleurs, de disposition, etc.) ?
- Comment le texte est-il traité, par qui et comment a-t-il été écrit ? Y a-t-il présence de cartels ou de légendes, de textes explicatifs ? Quelle est leur disposition et quel est le type d'information présente ?

Notons que les réponses à ces questions se sont souvent élaborées en complément des deux autres méthodes que nous verrons *infra* : les entretiens et les sources écrites.

Outre les foires et les salons, deux autres types de dispositifs étaient observables : les expositions temporaires des musées d'ethnographie – et les éventuelles ouvertures d'expositions permanentes dans le cadre de réouverture de musées – ainsi que les ventes aux enchères d'art africain et océanien.

Nous pouvons constater que la liste des expositions des musées concernés est relativement longue ; ainsi l'entier des événements n'a pas pu être observé et certains choix ont dû être opérés, pour des questions de calendrier et de lieux (certaines expositions pouvant être relativement courtes). La priorité a donc été donnée aux expositions de grande envergure concernant l'art africain et océanien ou les départements concernés par les autres événements. Ainsi, dans le cas du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, les expositions des unités patrimoniales des collections « Mondialisation historique et contemporaine » ou des collections photographiques n'ont pas été observées systématiquement.

Le même canevas d'observation a été appliqué à tous les événements, avec certains ajustements selon les contextes. Pour les expositions, l'observation de la

participation des professionnels ne pouvait s'appliquer ; cependant, le canevas reprenait les quatre autres points, à savoir l'observation de l'organisation, du public, des objets et des dispositifs.

Finalement, l'observation des ventes aux enchères s'est faite autour de deux types de ventes : les ventes effectuées par des maisons possédant leur propre salle, telles Sotheby's et Christie's, et les ventes effectuées par des commissaires-priseurs indépendants ou de petites maisons de vente (Native et Cornette de Saint-Cyr à Bruxelles ainsi que Artcurial, Binoche et Giquello et Cornette de Saint-Cyr à Paris) et s'effectuant dans des hôtels de vente, tel Drouot²⁴¹.

Pour les ventes aux enchères, les cinq points précités restent sensiblement les mêmes : l'observation de l'organisation, de la participation, du public, des objets et des dispositifs. Ce dernier point comporte cependant une particularité, car il concerne autant le dispositif d'exposition des objets avant la vente que la vente elle-même (disposition de la salle, emplacements des personnes et des objets, gestuelle, etc.). De même que pour l'observation des expositions, toutes les ventes aux enchères n'étaient pas observables, car certaines avaient lieu simultanément. En effet, les ventes aux enchères sont généralement regroupées en saison, avec deux temps forts : juin et septembre, les deux principales maisons qui maintiennent le duopole – Christie's et Sotheby's – ajoutant un temps supplémentaire en fin d'année, généralement à la mi-décembre. De même que pour les expositions, la priorité a donc été donnée aux ventes consacrées à l'art africain et océanien et les observations manquantes pour certaines ventes ont été compensées par la récolte de sources écrites et de matériel photographique (et parfois filmique, lorsque les ventes étaient retransmises en ligne).

Un dernier événement a finalement été observé : les marchés aux puces, où de plus en plus de stands sont consacrés à des objets ethnographiques. A Paris, le principal marché est celui des puces de Saint-Ouen, et à Bruxelles celui de la place du Jeu de Balle. Cependant, ces deux marchés ne fonctionnent pas

²⁴¹ La liste de ces ventes et des éléments collectés durant leur observation est reprise dans l'annexe 3.2 : les observations, section « listes des ventes aux enchères observées ».

exactement de la même façon : le marché aux puces de Saint-Ouen est plus clairement structuré (en différents sous-marchés), avec des brocanteurs et antiquaires possédant leur stand couvert à l'année (et pouvant donc stocker certaines pièces), ce qui les rapproche davantage des galeristes. De nombreux galeristes ont d'ailleurs commencé leur carrière en possédant un stand à Saint-Ouen. Cette relative pérennité des structures et des acteurs des différents marchés constituant le marché aux puces de Saint-Ouen a permis de définir des galeries intégrant l'échantillon de recherche²⁴². Du côté belge, le marché de la place du Jeu de Balle est un lieu à ciel ouvert, certes circonscrit dans l'espace mais ne possédant pas de structure pérenne : les brocanteurs et antiquaires doivent donc déployer leur propre matériel les jours de marché, et les stands sont beaucoup plus changeants.

Les entretiens

L'entretien est une des méthodes les plus importantes de cette enquête. La totalité des acteurs sélectionnés a été interrogée sur plusieurs catégories de questions, dans le cadre de discussions formelles ou informelles.

Un ou plusieurs entretiens formels ont été effectués avec chaque acteur, un chiffre qui a varié selon leur disponibilité et la précision des réponses fournies. Les questionnaires se sont articulés autour d'axes théoriques définis, à savoir une catégorie de questions générales introduisant la recherche et une catégorie de questions visant à l'approfondissement du sujet, selon le rôle et la place de la personne dans le champ. Cinq canevas de questionnaires ont été élaborés selon les différentes catégories d'acteurs²⁴³ : galeristes et vendeurs à la sauvette (15 personnes), professionnels de musée (30 personnes), professionnels de maison de ventes aux enchères (5 personnes), journalistes ou critiques (3 personnes), et finalement une catégorie plus large englobant des individus aux rôles divers ou plus satellitaires (5 personnes). Les entretiens ont été construits sur cinq axes²⁴⁴ :

²⁴² Voir l'annexe 3.2 : les observations, section « liste des stands de marchés aux puces observés ». Les marchés aux puces possèdent un statut particulier dans ce travail : si le terrain les a inclus dans la recherche, partant du principe qu'ils faisaient partie du marché des objets ethnographiques, les observations ont cependant mis en évidence leur peu de liens avec les musées. Ainsi, ils n'apparaissent que peu dans l'analyse qui suit.

²⁴³ Voir l'annexe 3.1 : les acteurs de l'échantillon de recherche.

²⁴⁴ Voir l'annexe 3.3 : canevas d'entretiens.

- Parcours de la personne : formation, parcours professionnel, éventuelle spécialisation, etc.
- Considérations sur la catégorisation et les problèmes lexicaux des objets : quel(s) terme(s) emploient-ils et pourquoi, quels sont les critères de définition de l'objet, font-ils une différence entre objet usuel et objet d'art, etc.
- Structure du marché de l'art africain et océanien : quels sont les lieux importants et pour quelles raisons, quelle est la place des objets ethnographiques sur le marché en général, quel est l'avenir de ce marché, etc.
- Liens existants avec les institutions et les marchés : quels sont les liens qu'ils entretiennent, quels sont les liens dont ils ont connaissance, comment fonctionnent-ils, ont-ils des exemples concrets, quel est leur avis sur ces échanges, etc.
- Fonctionnement des foires et de l'événementiel : quels sont les grands événements du milieu, quelle est leur utilité, quel est l'événement idéal et pourquoi, vers quoi ces foires et événements vont-ils tendre à l'avenir, etc.

Ces entretiens formels ont tous été enregistrés et retranscrits, et des notes de ressentis ont été prises au moment des entretiens, de façon à pouvoir opérer une véritable analyse du discours et du méta discours²⁴⁵.

Je ne reviens pas sur les avantages et désavantage de cette collecte de donnée et me contenterai de mentionner le fait que, bien que consciente que l'analyse de discours ne peut en théorie être la seule méthode de ce terrain de recherche, elle a parfois été pour certaines catégories d'acteurs, une des seules méthodes possibles : pour les galeristes par exemple, la collecte de leur chiffre d'affaire ou de toute autre donnée relative à leur entreprise personnelle s'est révélée compliquée. L'entretien a donc parfois été la seule possibilité offerte d'avoir accès aux informations, avec les biais que cela peut contenir (discours orientés selon les enjeux des intervenants, informations enjolivées ou dissimulées, consciemment ou non, etc.).

²⁴⁵ Voir *infra*, Chapitre 3, point 3.3.3 Posture de recherche, p. 209.

Les sources écrites

Aux observations et aux entretiens s'ajoute la récolte ou la consultation de productions écrites. Par productions écrites, j'entends l'ensemble des écrits produits par ou sur les différents acteurs, évènements et objets du champ. Ces productions peuvent se résumer en quatre grandes catégories : les catalogues d'expositions, les archives des institutions et des différents acteurs (bilans, rapports d'activité, projets scientifiques, budgets, etc.), les articles et la revue de presse et, finalement, le matériel écrit divers concernant l'organisation ou la promotion des événements ou de l'actualité des musées d'ethnographie et du marché de l'art.

Les catalogues sont tout d'abord une précieuse archive des dispositifs des expositions, bien que souvent, l'entier de l'exposition n'y soit pas présenté – voire pas du tout pour les catalogues orientés davantage vers des articles scientifiques. Ils offrent cependant dans ce cas une image du projet de l'exposition et révèlent parfois les collaborations qui ont eu lieu durant le projet d'exposition, que ce soit dans sa conception, sa réalisation ou dans la publication.

Les archives des institutions ou des particuliers constituent une source précieuse d'informations quant aux budgets alloués aux acquisitions par exemple, mais aussi quant aux intérêts concernant les acquisitions ou les autres formes de relations : quels sont les grands axes que les institutions désirent privilégier ? Quels ont été les projets des galeristes ? Quels ont été leurs intérêts durant les ventes aux enchères ? Etc.

Les productions écrites autour des divers événements ont permis de réunir toutes les informations pratiques et scientifiques autour de leur organisation et ont aussi, dans de très nombreux cas, servi de base à la production des statistiques : nombre de stands à chaque foire et salon, nombre d'objets exposés, nombre d'expositions thématiques proposées, etc.

La revue de presse effectuée durant cette recherche a eu pour objectif de réunir la majorité des articles des grands quotidiens français, belges et suisses sur les expositions des musées d'ethnographie (annonces, critiques, compte-rendu, etc.), mais aussi sur l'état du marché de l'art africain et océanien ou sur les résultats de ventes aux enchères. La recherche s'est effectuée sur l'ensemble des articles parus

sur les ventes aux enchères en général (tendances, analyses du marché, etc.) du 1^{er} janvier 2000 au 31 décembre 2016, ainsi que, plus particulièrement, sur les ventes d'art africain et océanien chez Sotheby's, Christie's et Artcurial du 1^{er} janvier 2013 au 31 décembre 2016. Une deuxième recherche s'est effectuée sur les articles concernant les musées d'ethnographie et de leurs expositions et a porté uniquement sur les musées et expositions sélectionnés dans l'échantillon de recherche²⁴⁶. Finalement, la revue de presse a aussi englobé les articles traitant des foires et des salons sélectionnés dans l'échantillon²⁴⁷.

L'ensemble de ces sources écrites a permis d'observer dans quels cadres et sur quelles modalités les relations entre acteurs du marché et institutions ont pris place ou ont, au contraire, été inexistantes.

3.3.2 Traitement des données

En dehors de l'analyse classique des données du terrain ethnographique²⁴⁸, quatre pistes ont été envisagées comme particulièrement pertinentes pour ce terrain de recherche : l'entrée dans les logiques et les normes du champ par l'anecdote, la transcription d'un certain nombre de données en chiffres, la mise en exergue des caractéristiques du champ par l'utilisation d'outils visuels et, finalement, l'analyse des expositions et des dispositifs selon un canevas précis basé sur des enquêtes précédemment menées en muséologie ou en histoire de l'art.

Les histoires

Que ce soit à travers les entretiens menés dans le cadre précis de cette thèse, ou dans la quantité de textes produits au sein du champ – catalogues, mais aussi textes d'expositions, flyers promotionnels, etc.²⁴⁹ – nous avons vu jusqu'ici à quel point la narration est au cœur de ce terrain d'enquête. A cela s'ajoute un grand nombre de dispositifs narratifs écrits ou oraux produits autour des objets ethnographiques lors de leur exposition ou de leur vente. Le champ de l'art

²⁴⁶ Voir annexe 3.1 : acteurs de l'échantillon de recherche.

²⁴⁷ Voir annexe 3.2 : les observations.

²⁴⁸ Par exemple, le tri et le classement des données, la transformation des notes en production structurée, et donc déjà interprétative et contextualisée, l'analyse des discours et des textes, etc. Voir Howard Becker (2002) ou Leonard Schatzman et Anselm Strauss (1973).

²⁴⁹ Voir *supra*, point Les sources écrites, p.204.

africain et océanien, de même que celui de l'art contemporain comme le relève Nathalie Heinich (2014a: 9), est un milieu au sein duquel les gens discutent beaucoup, se racontent des histoires et les illustrent d'anecdotes. L'analyse de texte et de discours a donc été un outil majeur du traitement des données produites dans le cadre de cette enquête. Cependant, de façon plus spécifique encore, cette particularité a été choisie pour structurer les entretiens ainsi que leur traitement. Comme l'avait déjà fait Erving Goffman (2009 [1974]), l'entrée par l'anecdote a semblé être une voie pertinente, tant dans la production des entretiens que dans leur traitement, car comme le rappelle Nathalie Heinich (2014a: 19) :

« Toute anecdote est le révélateur d'un moment de saillance dans la continuité du normal, de ce qui va de soi et n'attire donc ni l'attention, ni le récit. Pour qu'il y ait matière à anecdote, il faut qu'il y ait, même de façon mineure, entorse à la normalité du monde, accroc aux attentes, accident du vécu. A l'opposé de l'approche par la statistique, qui fait émerger la *norme* – au double sens de ce qui est récurrent et, parfois, de ce qui est prescrit – l'approche par l'anecdote pointe l'exceptionnel, qui acquiert un statut d'outil d'analyse non en tant qu'il serait "représentatif" mais en tant qu'il est "symptomatique" : symptomatique d'une déviation par rapport à la norme et donc, en négatif, bon indicateur de celle-ci ».

L'anecdote est donc non seulement un bon outil pour pointer les « saillances » du champ, mais est aussi facile à mobiliser par les acteurs concernés pour montrer à quel point un comportement donné est à la fois représentatif du comportement général dans le champ, et en porte-à-faux avec ce qui peut sembler acceptable ou normal dans la société en général. L'anecdote contient donc en son sein toutes les caractéristiques que son locuteur juge pertinentes et est, non seulement, particulièrement illustrative des pratiques et des discours spécifiques au champ, mais aussi illustrative de ce que les acteurs concernés jugent comme important ou représentatif de leurs propres pratiques et de leur milieu.

Deux utilisations de l'anecdote ont donc été faites dans cette recherche : sur le terrain, premièrement, où les interlocuteurs étaient expressément invités à illustrer leur propos d'histoires et d'anecdotes qu'ils jugeaient pertinentes ; dans le

traitement et la restitution de l'enquête, où j'ai choisi d'entrer dans certaines thématiques et certains axes d'enquête par des anecdotes en particulier²⁵⁰ ou d'illustrer un grand nombre d'hypothèses et de conclusions par des citations.

Les chiffres

Qualitatif et quantitatif n'ont pas été appréhendés dans cette recherche de façon opposée ou, même comme fortement distincts ; je les ai davantage considérés comme des méthodes complémentaires, estimant que toute méthode quantitative contient une part de qualitatif et inversement. La volonté d'intégrer des données chiffrées dans cette enquête tient aux spécificités de ce terrain traversé par les chiffres (prix de vente, statistiques de fréquentation, estimations de prix, etc.), mais aussi à une volonté d'illustrer et de traiter de façon alternative certaines données, afin de ne pas fournir uniquement un compte-rendu narratif et explicatif. Cette volonté implique cependant de savoir *quoi* compter et *comment*, ainsi que de savoir avec quelle méthode rendre compte de ces chiffres (logiciels statistiques, diagrammes, etc.).

Trois pans importants ont été pris en considération. Tout d'abord, l'analyse des sources écrites : si celle-ci passe par une analyse de textes et de discours, elle s'appuie aussi sur une analyse quantitative concernant le vocabulaire employé, puisque comme nous l'avons vu, la lexicographie est dans ce champ un problème récurrent et relativement insoluble. Ainsi, une analyse lexicale des sources écrites et des entretiens formels retranscrits a été effectuée grâce à Iramuteq, avec pour objectif de dégager les terminologies employées et les critères de valeur de l'objet les plus souvent cités.

Une deuxième catégorie de chiffres provient des données compilées par les entreprises d'information sur le marché de l'art, telle ArtPrice (qui ne s'intéresse cependant pas – encore – à l'art africain et océanien), TribalIndex ou Artkhade (la plus récente sur ce marché) : ces entreprises permettent de connaître les tendances du marché (rapport du marché d'ArtPrice), les évolutions des prix de vente (TribalIndex et Artkhade), la situation et l'historique du marché de l'art africain et océanien (le rapport d'Artkhade).

²⁵⁰ Comme nous le verrons déjà *infra* avec la posture de recherche, p. 209.

Enfin, la dernière catégorie de chiffres est celle des comptages effectués dans le cadre des observations citées *supra* : types des objets vendus et exposés et nombre des objets vendus et exposés dans les ventes et les expositions des musées d'ethnographie de l'échantillon.

Les images

Une des caractéristiques de cette enquête, comme nous l'avons vu *supra*, est non seulement de se dérouler sur plusieurs sites (Bruxelles et Paris, principalement, et la Suisse), mais aussi, au sein même de ces villes, de s'ancrer dans des lieux précis dont la géographie s'est révélée, au fil de cette recherche, primordiale. Ainsi, la majorité des galeristes sont implantés dans des quartiers précis des deux capitales (le Sablon à Bruxelles et Saint-Germain-des-Prés à Paris) et de nombreuses mentions de rues ou de quartiers sont apparus au fil de l'enquête, révélant l'importance de la territorialité et de l'organisation géographique dans la structure du marché et du champ de façon générale.

Il a donc paru important de pouvoir situer précisément les toponymes et les aires géographiques concernées, de même que les différents lieux où se développent les concurrences ou collaborations. Ainsi, la cartographie a été un outil majeur de visualisation non seulement des lieux tels qu'ils existent, mais aussi des lieux tels qu'ils sont perçus par les différents acteurs du champ (proximité, éloignement, collaborations, concurrence, importance au sein du marché, etc.). C'est pourquoi ce terme est aussi employé au chapitre 4 pour désigner les caractéristiques du champ, leur articulation et leur fonctionnement, bien qu'au final l'exercice s'apparente moins à une cartographie des relations – beaucoup trop complexe vu la multiplication des informations – qu'à une description des acteurs et de leur(s) rôle(s).

Ces trois méthodes de traitement des données permettent d'utiliser au mieux les informations fournies par les acteurs du champ ou relevées par moi-même. Il est nécessaire de noter qu'elles ne sont pas égales pour chaque catégorie d'acteurs ou d'institutions de l'échantillon d'enquête : ainsi, les galeristes ont été beaucoup plus facilement abordables pour des entretiens que les responsables de département des maisons de ventes aux enchères par exemple. Lors de l'analyse,

leur parole peut sembler en conséquence plus présente que celle des autres ; il convient de se rappeler que cela s'équilibre avec les autres types de données et leur traitement mentionnés ici, comme les statistiques ou la cartographie.

3.3.3 Posture de recherche

Aucune recherche ne peut s'affranchir d'une forme de subjectivité ; l'exposition des résultats ne peut donc passer celle-ci sous silence. Cependant, si cette subjectivité ne peut être complètement annihilée, elle peut être soumise à une forme d'objectivation (Bourdieu, 2003). Ce moment réflexif, nécessaire à toute appréhension des résultats de recherche, porte sur plusieurs points : les observés (leurs attentes, leurs rôles, etc.), l'observateur (son intérêt, son parcours, etc.), l'histoire racontée (le style, l'écriture adoptée, etc.) ou la prise en compte du destinataire du texte de recherche (le lecteur étant impliqué dans sa propre reconstruction de l'histoire). Comme la méthode, pour être pertinente, cette partie réflexive doit être pensée par rapport aux caractéristiques et spécificités du terrain de recherche, ceci afin d'éviter une introspection excessive qui ne servirait en rien la compréhension des résultats et de l'analyse effectuée. Il s'agit davantage de saisir les situations et connexions qui ont induit tel processus de traduction plutôt que tel autre (Callon, 1986, Sluka et Robben, 2012) et donner au lecteur les outils pour appréhender et resituer certains biais.

Nous verrons donc dans la partie qui suit, et toujours en nous référant à la situation actuelle évoquée *supra*²⁵¹, quelles ont été les deux grandes caractéristiques de ce terrain ayant induit une posture de recherche spécifique ou généré des enjeux importants. Partant d'anecdotes considérées comme significatives²⁵², nous verrons dans un premier temps quels problèmes la proximité du terrain, géographique mais aussi professionnelle, a pu poser. Dans un second temps, nous aborderons les conséquences de la cristallisation du débat entre esthétique et ethnologie ainsi que de l'actualité muséale (fondation de nouveaux musées, rénovations, etc.) sur la situation d'enquête.

²⁵¹ Voir *supra*, point 3.1 Les musées d'ethnographie et les marchés d'art africain et océanien, des années 80 à aujourd'hui, p. 167.

²⁵² Voir *supra*, point Les histoires, p. 205.

Une fois ces caractéristiques exposées, nous pourrions, dans un troisième temps, aborder les stratégies mises en place pour surmonter ces problèmes ainsi que nous interroger sur la posture adoptée et le rendu des résultats. Plusieurs questions traverseront donc cette partie réflexive : quelle a été ma place en tant qu'ethnologue dans ce champ ? Au vu des enjeux et des relations entretenues avec les acteurs du milieu, quels ont été les contrats mis en place – explicitement ou non – entre les observés et l'observateur ? Quelle influence ces éléments ont-ils eu sur l'analyse et sur l'écriture ? Si ces questionnements et les réponses qui suivent peuvent peut-être paraître communs aux chercheurs aguerris, il me semble cependant nécessaire de les évoquer pour juger au mieux les résultats de cette recherche.

Entre rapports d'enquête et rapports professionnels

Anecdote 1 : « Mais vous le savez bien ! » (Paris, 25 février 2016)

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

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

PROXIMITÉ GÉOGRAPHIQUE

Les lieux d'enquête ont en effet été identiques à mes lieux de résidence et de travail en dehors de l'activité de recherche et je n'ai été confrontée à une autre langue que ma langue maternelle qu'au Musée royal de l'Afrique centrale et ce pour la consultation de certains documents seulement, en néerlandais. Cette situation a appelé à relativiser, au fil de l'enquête, la notion de terrain du « proche », de même que la distance envisagée par certains ethnologues et sur

certains terrains, comme paramètre objectivant²⁵³. Le terrain d'enquête a en effet intégré une « quotidienneté » non strictement dissociable dans l'espace et le temps de la vie journalière et personnelle. Cette proximité géographique n'a cependant pas empêché des formes d'incompréhension ou une distance avec certains acteurs ou situations, entretenant par conséquent un paradoxe dans l'enquête : les lieux où se déroulaient la majorité des actions à observer et où se trouvaient les acteurs à interroger étaient, comparés aux terrains dits classiques de l'ethnologie, relativement proches de mon – ou de mes – lieu(x) de résidence. Cependant, certains règlements du milieu, certains événements, certains langages me restaient étrangers ; je me suis sentie proche des acteurs de mon terrain et de certaines situations que j'ai pu observer, car j'ai évolué dans le même monde professionnel et académique qu'eux et vécu ces situations avec eux. Cependant, je suis parfois restée étrangère à certains codes, car les disparités administratives, institutionnelles et culturelles se révélaient plus grandes qu'envisagées.

Cette situation a eu plusieurs conséquences concrètes sur la méthodologie d'enquête et sur les résultats produits ; premièrement, ma présence continue sur les lieux d'enquête, et la proximité géographique lorsque ce n'était pas le cas, ont permis la multiplication des discussions informelles, ont augmenté ma participation à des événements non programmés en amont ou prévus de longue date et ont ainsi permis de pallier les manques et lacunes des premières observations ou entretiens. Cependant, cette proximité a aussi eu la conséquence désagréable de morceler fortement le terrain ethnographique et a exigé que je sois prête à être rapidement en situation d'enquête, lorsqu'un événement ou un acteur important croisait, par hasard, la route de ma vie quotidienne. Ce morcellement du terrain dans le temps et dans l'espace, s'il a augmenté les observations et données en général, a aussi augmenté les chances d'oublier une information importante ou de manquer de systématique dans les relevés d'observations, notamment lors des débuts de l'enquête.

²⁵³ Une réflexion menée depuis quelques années maintenant en anthropologie et partie intégrante d'une déconstruction des enquêtes et des méthodes ethnographiques, voir, pour exemple, l'analyse que fait Marc Abelès de ses méthodes de collecte des données au sein des institutions européennes (Abelès, 1995).

PROXIMITÉ PROFESSIONNELLE

La proximité ne fut pas seulement géographique, mais aussi professionnelle : l'activité professionnelle entretenue aux musées d'ethnographie de Genève et de Neuchâtel, avant et sur les débuts du terrain d'enquête, ainsi que la proximité au niveau académique avec certains acteurs – nous partageons parfois le même métier, la même formation, voire avons fréquenté la même école – ont contribué à me rapprocher, explicitement ou non, de certaines familles ou groupes professionnels²⁵⁴. Mes expériences professionnelles aux musées d'ethnographie de Neuchâtel et de Genève m'ont en effet intégrée dans le monde des musées d'ethnographie suisses : comme pour toute activité professionnelle, j'y avais des collègues, des supérieurs, des amitiés ou des inimitiés. J'y ai en outre développé un certain nombre de compétences : pratiques, de l'ordre de savoir-faire dans les domaines de gestion de collections, de travail de recherche, de conception d'exposition, de soilage ou d'écriture de textes ; culturelles et institutionnelles, dans la connaissance factuelle ou sensible des spécificités d'un travail en institution muséale, et dans le domaine de l'art ou de l'ethnologie.

Comme pour la proximité géographique, la proximité intellectuelle et professionnelle a offert des facilités : des contacts directs et fréquents avec des gens proches, des contacts indirects ou facilités avec leurs réseaux, des entretiens informels plus fréquents, un accès facilité à des informations considérées comme plus sensibles ou généralement mises de côté, etc. Cependant, elle a aussi posé quelques problèmes, le plus important étant illustré par l'anecdote mise en exergue en tête de ce chapitre. Les pratiques intégrées par les acteurs ont été plus difficilement accessibles, car ces derniers me considéraient comme appartenant à leur champ et donc au fait des logiques sous-jacentes, des implicites et des bases du domaine. Cette réaction relève d'un phénomène plus général consistant à « mettre en boîte » le chercheur : les acteurs que ce dernier interroge et côtoie le rangent dans une catégorie spécifique et projettent sur lui les qualités relatives à

²⁵⁴ Sur le sentiment d'appartenance à un groupe professionnel et sur la formation d'une identité professionnelle, voir les travaux menés en sociologie du travail ou en sociologie des professions, par exemple Jean-Michel Chapoulie (1973), Everett Hughes (1971), Marc Maurice (1972) ou Talcott Parsons (1968).

cette catégorie (savoirs, formation, etc.). Cependant, la boîte peut différer selon les interlocuteurs, et les éléments censés être connus ou non varier d'un acteur à un autre. Par conséquent, ce qu'ils pensaient que je savais était différent à chaque fois, et était parfois réellement su, parfois non.

La dernière conséquence relative à cette situation d'enquête particulière est le rapport de confiance induit par cette proximité intellectuelle et professionnelle qui entraîne une contractualité – implicite ou non – sur les choses dites et vues, ainsi que sur la façon de les rapporter. Il est cependant important de noter que la contractualité de façon générale n'est pas spécifique à mon terrain d'enquête. Celle-ci fait partie intégrante de la pratique ethnographique et est toujours présente sur le terrain. L'information n'est jamais gratuite, mais « s'inscrit dans une relation qui prend en compte la position de l'ethnographe » (Ghasarian, 2006: 38).

Un sujet sensible

Si étudier le marché de l'art africain et océanien ainsi que les musées d'ethnographie en France, en Belgique et en Suisse amène forcément à croiser la route d'enjeux de société forts, tels que le pillage des biens culturels, la restitution des objets ou les circuits illégaux d'arrivée des objets, ce ne sont pas ces thématiques qui ont eu un fort impact sur ma position dans le champ ainsi que sur les rapports entretenus avec les différents acteurs. Ce sont davantage la restructuration du paysage des musées d'ethnographie dans les pays concernés, d'une part, et la dichotomisation des positions entre esthétisants et ethnologues, d'autre part.

Anecdote 2 : « c'étaient mes objets » (Paris, 16 février 2016)

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

Comme déjà évoqué à plusieurs reprises, l'espace géographique et temporel pris en compte dans cette recherche se caractérise par une transformation du paysage des musées d'ethnographie ; qu'il se soit s'agit d'ouvertures (Pavillon des Sessions du Louvre ou Musée du quai Branly-Jacques Chirac à Paris) ou de rénovations (Musée royal de l'Afrique centrale à Bruxelles ou Musée d'ethnographie de Neuchâtel), les expositions qui se sont tenues durant ce laps de temps ont souvent été des expositions d'ouverture (pensées très en amont, avec des objectifs précis impliquant par exemple la légitimation du projet de rénovation du musée) et le milieu a connu une effervescence particulière. Le champ étant relativement réduit, les différents acteurs concernés de près ou de loin par ces rénovations ont entretenu des contacts réguliers, ont observé ce que leurs collègues développaient, ont créé des réseaux et se sont interrogés parfois très longuement et très profondément sur la pertinence ou l'adéquation de leur projet. Cette caractéristique a participé à la création d'un sentiment et d'un climat particulier au sein du milieu.

Cette reconfiguration du paysage muséal n'a donc pas échappé à de profondes réflexions et remises en question, dont l'origine tient très certainement en partie aux réactions suscitées par la première reconfiguration muséale dans le champ de l'ethnographie : la création du Musée du quai Branly-Jacques Chirac en France a suscité un très grand débat tant scientifique que populaire au début des années 2000²⁵⁵. Vu de l'extérieur, ce projet n'est rien de plus que la création d'un nouveau musée par le Président de la République en cours. À la suite du Musée du quai d'Orsay par Valéry Giscard d'Estaing, du projet du Grand Louvre par François Mitterrand, du Centre national d'art et de culture de Georges Pompidou, Jacques Chirac s'attelle à son grand chantier muséal. Cependant, vu de l'intérieur, ce projet est l'histoire de tensions, de conflits, d'enjeux personnels et professionnels bousculés ou déployés ; il a mobilisé des registres de valeurs importants et suscité un grand nombre de confrontations, étalées dans le temps, de l'ouverture du Département des arts d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des

²⁵⁵ Voir *supra*, point 3.1.2 Le Musée du quai Branly-Jacques Chirac et le Pavillon des Sessions du Louvre, p. 170.

Amériques au Louvre en 2000 à l'ouverture du musée entièrement consacré à ces derniers en 2006.

Comme le montre l'anecdote mise en exergue en tête de ce chapitre, ce projet a laissé son empreinte sur les acteurs du milieu concerné. Bien que plus de dix années se soient écoulées depuis l'ouverture du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, et plus de quinze depuis l'ouverture du Pavillon des Sessions du Louvre, les émotions sont parfois toujours fortement présentes et les rancunes tenaces. En dehors des tensions entre les différentes positions professionnelles, politiques ou épistémologiques, certains acteurs ont parfois été touchés très personnellement par cette reconfiguration muséale. Cette émotion a imprégné le milieu et marqué durablement toutes les initiatives semblables qui ont suivi, en France et à l'étranger.

AU CŒUR DU SCHISME

Anecdote 3 : « je n'ai rien à vous dire » (Paris, 10 septembre 2015)

En entretien avec un conservateur de musée, je lui expose mon sujet de recherche et explique que je m'intéresse aux musées d'ethnographie et à toutes les formes de collaborations ou de relations que les musées peuvent entretenir avec le marché de l'art. Il s'exclame alors vivement « Le marché de l'art ? Je n'ai rien à vous dire, les musées n'entretiennent pas de relation avec les marchands ». Remarquant le catalogue du salon *Parcours des Mondes* sur son bureau, je lui demande alors s'il a visité la foire. Il me répond positivement et ajoute « Oui, parfois, il y a des relations ».

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

filigrane – d’une limite parfois spécifique à la France (pour des raisons administratives, historiques, etc.) :

« En France, je pense que c’est dû au statut des conservateurs, qui n’est pas le même qu’en Belgique, il y a une ligne rouge qui est tracée et qu’on essaye de ne pas franchir »²⁵⁶.

« Il y avait un mot d’ordre “pas de liens directs avec le monde des marchands”. Mais ce n’était pas spécifique à notre musée, c’était général : en France, il y avait une relation “je t’aime – moi non plus” [entre marchands et musées] où au final, nous les scientifiques ou conservateurs on déclarait qu’on n’était pas du tout du côté vénal »²⁵⁷.

Comme spécifié *supra*, la problématique de recherche traite entre autres de ces rapports ; ainsi, le terrain de ma recherche est marqué par ces événements et débats²⁵⁸ et qui se sont cristallisés autour de deux pôles communément réduits aux esthétisants d’un côté et aux ethnologues de l’autre. Ma recherche s’est donc déployée sur cette carte, schématiquement séparée entre deux partis. Cette catégorisation était appliquée, consciemment ou non, par tous les acteurs à tout nouveau venu sur le terrain. Au vu de mon parcours (une formation en ethnologie) et de mon expérience (une expérience professionnelle en musée d’ethnographie), j’ai été régulièrement rangée du côté des institutions muséales. Cependant, cette place et mon rôle dans le champ se sont révélés beaucoup plus complexes au fil de mon terrain.

²⁵⁶ Citation extraite d’un entretien mené avec un conservateur du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, le 10 septembre 2015.

²⁵⁷ Citation extraite d’un entretien mené avec un chercheur du Musée de l’Homme, le 10 septembre 2014.

²⁵⁸ Monique Jeudy-Ballini et Brigitte Derlon (2011) rappellent l’histoire de cette réception et le contexte de débat : la critique des spécialistes postmodernistes, les débats autour d’une approche contextualisée, le marchand vu comme un prédateur, etc.

Anecdote 4 : le chercheur zone de contact (Bruxelles et Neuchâtel, janvier 2015)

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

Rentrée à Neuchâtel, j'apprends en discutant avec le conservateur que le galeriste lui a écrit un petit mot et l'a invité à le revoir lors d'une foire d'art.

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

Comme vu précédemment, le champ est schématiquement séparé en deux partis opposés et si, par mon parcours et mon expérience, certains acteurs ont eu tendance à me ranger du côté des institutions muséales, la spécificité de ma recherche et mes contacts répétés avec les milieux du marché de l'art ont mis en avant ma position d'intermédiaire. Ainsi, j'ai souvent fait figure de chaînon entre les deux partis qui y trouvaient tous deux des avantages certains : sans abandonner leur jeu de représentation d'appartenance à l'une ou l'autre catégorie, chacun avait la possibilité, grâce à mon intermédiaire, d'entrer en contact avec l'autre ou de tenter d'obtenir des informations. Ce sont ces deux éléments qui ont constitué le cœur des contrats implicites ou explicites passés avec les différents interlocuteurs, car les informations et les contacts sont, comme j'aurai l'occasion de le démontrer plus loin, deux éléments d'une valeur inestimable dans le milieu.

Pour exemple, j'envisageais la prise de contact avec les marchands et notamment les galeristes, comme relativement ardue ; partant de la dichotomie exposée ci-dessus, ces derniers relèveraient de la catégorie des esthétisants, opposés aux ethnologues. De ce point de vue, le versant académique est souvent sujet de mépris. Comme l'avaient relevé Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini, les chercheurs sont perçus comme « les tenants patentés d'un savoir clinique ignorant toute sensibilité esthétique et émotionnelle » (Derlon et Jeudy-Ballini, 2008: 30). Cependant, la réalité du terrain s'est révélée plus nuancée : premièrement, ma figure d'intermédiaire constituait un contre-don potentiellement très intéressant pour les marchands qui me faisaient don de leurs informations et de leur temps. Les contacts ont donc été facilités par les échanges possibles. Deuxièmement, la dichotomie telle qu'évoquée ci-dessus, entre esthétisants et ethnologues, connaissance intuitive et émotionnelle et connaissance académique clinique, s'est révélée beaucoup plus complexe : de nombreux galeristes et marchands m'ont prouvé leur intérêt pour des considérations plus théoriques et académiques, par exemple, et d'autres segmentations, entre différentes catégories d'acteurs, se sont ajoutées aux précédentes, brouillant cette bipartition simpliste.

DÉPASSER LA DICHOTOMIE

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

Du côté des musées, cette séparation est clairement visible dans la différence faite entre muséologie et muséographie ; force a été de constater, au fil de mon enquête, une considération différente de la part de certains professionnels de musées pour les individus pouvant prétendre à une expérience professionnelle, par opposition à ceux qu'ils considéraient comme uniquement préoccupés par la

théorie et des concepts peu applicables en situation concrète ou dans la gestion quotidienne d'une institution muséale, par exemple.

En ethnologie, cette différence s'est illustrée par une séparation entre les ethnologues conservateurs de musées et les ethnologues chercheurs à l'Université, conséquence de la fin du paradigme liant le musée d'ethnographie à l'ethnologie comme nous l'avons vu *supra*²⁵⁹ : les premiers ont très souvent insisté sur le contact accru qu'ils entretenaient avec les objets, par opposition à un intérêt focalisé davantage sur les relations ou les groupes sociaux pour les chercheurs, un intérêt marqué davantage pour des études géographiques – souvent imposées par la séparation des départements des musées d'ethnographie, historiquement constitués par zones géographiques – par opposition à des recherches plus transversales ou thématiques pour les chercheurs d'Université. Concrètement, cette situation a parfois amené certains conservateurs de musées à ne pas considérer ma recherche comme un terrain ethnographique, celle-ci ne s'intéressant que peu aux objets et pas du tout à un groupe social tel que traditionnellement étudié par l'ethnologie. Cette catégorisation, bien que ressentie et parfois explicitement formulée sur le terrain, est cependant parfois brumeuse, puisque, comme nous l'avons vu dans la revue de littérature évoquée *supra*, les pans scientifiques et professionnels sont profondément liés et fortement intriqués dans le domaine qui nous concerne.

Cette situation se complexifie encore si l'on considère le fait que dans tous les cas, ma recherche implique d'employer une approche ethnographique face à des acteurs eux-mêmes en grande partie ethnologues, ou une approche muséologique face à des acteurs eux-mêmes en grande partie muséologues ou muséographes. Cette situation conduit rapidement à une dimension réflexive très importante, tant du côté de l'observé que de l'observateur : que ce soit dans le monde des marchés ou dans celui des musées, la plupart des acteurs de mon terrain connaissent les méthodes de l'ethnologie, l'histoire de la muséologie, les enjeux scientifiques ou professionnels autour de telles recherches, etc. Ils font partie du champ étudié mais produisent eux-mêmes une réflexion critique sur leur monde, leurs pratiques

²⁵⁹ Voir point 3.1.4 Bilan : les relations entre les musées et les marchés entre 1980 et 2006, p. 181.

et leurs représentations ; ils ont parfois un recul et une réflexivité très importante. Sur ce terrain, ils ont été parfois experts, parfois sources d'informations, parfois acteurs à observer, lors du même entretien ou de la même situation.

Cette situation amène à considérer deux éléments importants : premièrement, la complexité d'une cartographie du terrain, qui, considérée dans un premier temps comme une simple opposition dichotomique, s'est révélée un rhizome plus complexe d'influences et d'identités composées de plusieurs strates, différentes selon les expériences, les formations et les situations institutionnelles. Deuxièmement, ce brouillage des catégories d'acteurs implique de considérer quelle influence cette situation a pu avoir sur l'enquête, les entretiens et la récolte de données de façon générale.

Ma place sur le terrain a donc été marquée par un paradoxe entre proximité des lieux d'enquête et étrangeté des situations, mais aussi par mon rôle en tant qu'intermédiaire entre différents segments du champ. Cependant, cette place ne peut se résumer en une simple passerelle entre deux partis opposés, mais constitue davantage un point de contact sur une toile complexe où les sources primaires et secondaires se confondent et où les individus principaux sont à la fois acteurs et chercheurs, producteurs de pratiques et de discours et récepteurs critiques dans un champ composé d'enjeux brûlants où le chercheur est souvent pris à parti. Comment, dans ce cadre, développer une stratégie d'enquête constructive et adéquate, productrice de données et d'analyses scientifiquement validables ?

Intégrer les spécificités de la situation d'enquête

QUELQUES OUTILS MÉTHODOLOGIQUES

Plusieurs pistes méthodologiques ont été appliquées pour composer une enquête et une analyse adaptée à la situation. Le chercheur n'est en effet pas désarmé face à ces contraintes de terrain, relativement récurrentes dans les domaines de la socio-anthropologie de l'art, de la muséologie et de l'anthropologie du proche et ces spécificités n'empêchent pas une production de données et une analyse valables. Quatre outils ont semblé particulièrement adéquats pour développer une méthodologie cohérente avec les caractéristiques de cette recherche : la description multifactorielle, l'entrée par le conflit, la posture anti-réductionniste, compréhensive et neutre, et, finalement, le relativisme historique et géographique.

Premièrement, dans la description des pratiques et situations, il a semblé pertinent d'appliquer une description multifactorielle, telle que la propose notamment Nathalie Heinich dans son analyse de l'art contemporain (2014a: 21). Cette description se base sur une approche ontologique, qui prend en compte les propriétés de l'objet, mais aussi pragmatique (la description des effets de l'objet) et contextuelle (la description de l'univers dans lequel circule l'objet). Si cette méthodologie ne semble pas inédite dans le monde des sciences humaines et sociales, il nous semble important de garder à l'esprit pour la suite que la méthode employée, selon cette condition, s'est focalisée tant sur l'objet lui-même que sur ce qui l'a entouré. La description multifactorielle se complète, dans un deuxième temps, d'un axe syntagmatique, impliquant de considérer les relations des objets et acteurs les uns avec les autres, de façon collective, et d'un axe paradigmatique, impliquant de considérer en quoi ce modèle est différent et distinct des modèles disponibles.

Deuxièmement, les conflits et oppositions ainsi que les émotions générées par ces situations ont semblé être d'excellentes portes d'entrée au contact et à la compréhension du champ, notamment lors des entretiens, comme le préconise Jean-Pierre Olivier de Sardan (2005). L'approche du conflit, telle que proposée par l'École de Manchester²⁶⁰, envisage le conflit comme révélateur, voire même comme un outil de reproduction, des fonctionnements sociaux. Il permet donc de mettre en évidence les codes, les normes et les divergences d'intérêts liées aux positions des acteurs dans un champ donné ; les espaces sociaux dans lesquels se mettent en place le conflit, mais aussi sa prévention ou sa résolution ; les logiques des acteurs impliqués dans les conflits (des logiques d'actions, mais aussi de représentations et de stratégies).

L'objet ethnographique, nous l'avons vu, met en rapport des acteurs relevant de catégories variées, appartenant parfois simultanément à plusieurs segments du champ et développant des stratégies personnelles et professionnelles multiples

²⁶⁰ Notamment Max Gluckman (1940), considéré comme une des figures principales de l'École de Manchester et pour qui le conflit permet aussi de reproduire l'équilibre social et de souligner les situations de pluri-appartenance des acteurs, c'est-à-dire leurs comportements apparemment contradictoires selon les situations.

autour de cet objet : renforcer ou légitimer une position, accroître son réseau, augmenter ses biens, se rendre indispensable, etc. L'entrée par les conflits permet de mettre en évidence les enjeux de pouvoir à l'œuvre dans le champ et de prendre en compte la multiplicité des groupes impliqués, plutôt que de les réduire à deux camps opposés. Penser le champ en groupes stratégiques, un concept à géométrie plus variable que celui de parti, de camp ou de classe, permet de saisir les systèmes de sens toujours différents mobilisés par les acteurs selon les enjeux et les situations²⁶¹.

Ainsi, une majorité des canevas d'entretiens élaborés pour cette enquête s'attarde sur la structure du champ et les ressentis des acteurs par rapport aux conflits ayant eu lieu, ou encore en cours, dans le milieu. La présence importante de ces émotions a imposé une retranscription d'entretien particulière, tenant compte des silences et des non-dits autant que des dits, ainsi que du non verbal. Ces éléments constituent différents niveaux d'un « sens en creux » (Ghasarian, 2006: 98) fourni par les acteurs eux-mêmes et éclaire considérablement leur interprétation, leur compréhension et donc leurs pratiques individuelles, mais aussi le fonctionnement général du champ et les relations qui s'y tissent.

Cette situation implique, troisièmement, d'appliquer une neutralité axiologique sans concession, afin « d'expliquer et de comprendre l'expérience des acteurs, plutôt que de la stigmatiser au nom de nos propres valeurs » (Heinich, 2012a: 193). Cette neutralité permet la prise de recul nécessaire à l'analyse de ces tensions et permet de considérer les mots et les actions des différents acteurs – par rapport à un objet – et non de se focaliser uniquement sur l'objet même de ces discours et de ces actions, comme proposé dans le cadre conceptuel évoqué *supra*²⁶². Dans ce contexte où s'affrontent plus ou moins explicitement différents registres de valeurs et où chacun s'oppose aux catégories de pensée et aux valeurs supposées de l'autre, appliquer la neutralité axiologique implique d'adopter une posture anti-réductionniste stricte. Celle-ci nous permet de sortir de la confrontation de ces valeurs et de leur dichotomisation, de dégager la multiplicité

²⁶¹ Ce qui n'est pas sans nous rappeler la notion de « sélection situationnelle » (*situational selection*) d'Evans-Pritchard (1958 [1937]).

²⁶² Chapitre 1, point 1.3 Cadre disciplinaire, p. 77.

des représentations et pratiques autour de l'objet ethnographique et d'observer la (re)construction des valeurs, tant morales, qu'économiques, esthétiques ou patrimoniales induite par le processus d'artification de l'objet ethnographique. Cette posture générale s'inscrit dans une approche compréhensive et non critique de la sociologie et de l'anthropologie. Elle vise non à dévoiler les illusions supposées de l'un ou de l'autre camp, mais à cartographier les relations entre des acteurs ayant des systèmes de représentations et des approches différentes sur un des objets identiques. Elle cherche alors à comprendre ainsi quels sont les différents groupes structurant le champ, comment fonctionne la mobilisation des représentations ou de certains registres selon les situations, etc.

Finale­ment, pour effectuer cette cartographie en échappant le plus possible aux enjeux dans lequel le chercheur peut être pris à parti, il m'a semblé pertinent d'envisager un relativisme historique, dont l'historique de la situation actuelle est une partie importante, et géographique, en adoptant la comparaison et une enquête multi-site, comme expliqué *supra*²⁶³.

IMPACTS SUR L'ÉCRITURE

Si la posture de recherche s'applique au moment de la production des données et de leur analyse, il s'agit de ne pas oublier qu'elle transparait aussi dans l'écriture et la retranscription de ces analyses ainsi que dans le choix des retours effectués une fois la recherche terminée. Ainsi, de la conception du canevas de recherche au point final du manuscrit, la posture du chercheur doit être pensée en fonction de la caractéristique du terrain, des situations et événements qui s'y sont déroulés, des contacts qui ont été noués, des contrats tacites ou non effectués, ainsi que de la position – personnelle et professionnelle – du chercheur dans le champ.

Dans ce cadre et au vu du contexte spécifique de cette enquête, il convient de se demander à quoi cette recherche peut servir, mais surtout, à quoi elle ne doit pas servir. Ainsi, afin d'éviter une instrumentalisation abusive de cette recherche, qui porte notamment sur des fonctionnaires d'État et des institutions, ou d'aviver des tensions inutiles, tout en étant consciente qu'une influence nulle est impossible et qu'il est du ressort du chercheur de s'interroger sur sa responsabilité et sa tâche au

²⁶³ Voir Chapitre 3, point 3.2.1 Temporalité et espace de la recherche, p. 185.

sein de son terrain, un certain nombre de décisions ont été prises concernant la forme de ce travail. Le matériau le plus sensible restant très certainement l'entretien, une procédure a été mise en place avec chaque interlocuteur concernant sa volonté ou non d'apparaître dans le travail final. Ainsi, si aucun entretien n'a été mené de manière anonyme, chaque entretien formel – enregistré ou non – a été soumis à la validation de l'enquêté. Dans un deuxième temps, et lors de l'exploitation des sources, chaque interlocuteur a pu choisir entre trois niveaux d'utilisation de son entretien : un niveau zéro, dans lequel l'entretien n'a servi qu'à m'informer et à constituer une réserve de savoirs et d'informations. Les entretiens relevant de cette catégorie ne sont pas cités dans ce travail ; un premier niveau, dans lequel l'enquêté a donné son accord pour que des extraits de l'entretien ou des citations soit présentés dans le travail, afin d'appuyer l'analyse, mais en gardant un anonymat relatif. C'est souvent cette solution qui a été plébiscitée. L'anonymat relatif consiste à indiquer, comme source de l'entretien, uniquement le lieu, la date de l'entretien, et à éventuellement situer l'interlocuteur : institution muséale, maison de ventes aux enchères, galeriste ou marchand à la sauvette. Le deuxième niveau est finalement celui d'une totale transparence concernant l'entretien mené, l'enquêté ayant donné son autorisation à l'exploitation totale de l'entretien, sans anonymat.

Au vu de l'importance de ma place de chercheuse au sein du terrain et dans le but d'assumer la part de subjectivité inhérente à ce positionnement, l'entier de la recherche est rédigé à la première personne. Contrairement à d'autres pratiques de chercheurs engagés sur des terrains où acteurs du terrain et experts se confondent parfois, il a été décidé de ne pas différencier par une typographie spécifique les citations extraites d'entretiens ou les citations extraites d'une littérature scientifique. Cette différenciation aurait impliqué, selon ce que nous avons vu plus haut concernant le brouillage des frontières entre experts critiques et professionnels impliqués, de différencier non les individus ou les types de productions, mais leur propos selon le type de propos tenus, son contexte, etc. Bien que cette solution ait été envisagée, elle s'est révélée impossible à appliquer strictement, le flou entre les catégories et, surtout, leur superposition étant beaucoup trop fréquents.

SECONDE PARTIE

* * *

Chapitre 4 : Caractéristiques d'une cartographie

Chapitre 5 : Construire et fixer la valeur d'un objet

Chapitre 6 : S'approprier et exposer l'altérité : l'exemple des dispositifs muséaux et marchands

CHAPITRE 4 : CARACTÉRISTIQUES D'UNE CARTOGRAPHIE

Quelques points importants de la situation actuelle des musées et des marchés – redéfinition générale du paysage muséal dans les pays concernés et inflation du marché de l'art – ont été abordés dans le chapitre précédent et ont servi de base à la définition d'un échantillon de recherche et d'une méthode ; ce quatrième chapitre se penche de façon plus approfondie, et sur la base du travail de terrain effectué auprès des marchés et des professionnels de musées de l'échantillon, sur la cartographie du champ de l'objet ethnographique. Une large place est accordée à la structure du marché, davantage qu'à celle des musées d'ethnographie ; ce choix se justifie par le peu de recherches consacrées aux marchés actuels de l'art africain et océanien, alors qu'un nombre important de chercheurs se sont penchés depuis les années quatre-vingt sur les problématiques des musées d'ethnographie²⁶⁴.

La première partie de ce chapitre est consacrée à l'importance des différents lieux où se négocient des objets ethnographiques et notamment des rapports entre Paris et Bruxelles ; dans la deuxième partie, la structure du marché de l'art africain et océanien est passée en revue, dans le but de comprendre les hiérarchies et fonctionnements des acteurs entre eux ; finalement, la troisième partie met en évidence l'importance des événements, décrit les caractéristiques principales des moments majeurs du champ et leurs rapports de concurrence ou de complémentarité.

4.1 LES LIEUX : ENJEUX TERRITORIAUX

Nous avons vu *supra* que cette recherche s'ancre dans des lieux précis et avons passé en revue l'historique de ces différentes places. Dans cette première partie de la cartographie du champ, nous verrons plus en détail tout d'abord les rapports qu'entretiennent les États-Unis et la France, considérés comme les places fortes du marché mondial de l'art africain et océanien²⁶⁵. Puis, nous analyserons la place qu'occupe à l'heure actuelle Bruxelles et ses liens avec Paris : leur proximité

²⁶⁴ Voir *supra*, Chapitre 1, point 1.1 État de la recherche et cadre conceptuel, p. 39.

²⁶⁵ Voir *supra*, Chapitre 2, point 2.3.1 Les rapports entre Europe et , p. 138.

géographique, leurs points communs et leurs différences, et les relations de concurrence ou de collaboration que ces deux villes entretiennent sur le marché de l'art africain et océanien aujourd'hui.

4.1.1 Paris – New York : une course serrée

Paris et New York apparaissent actuellement comme les deux villes les plus importantes du marché de l'art africain et océanien ; comment s'illustre concrètement cette prééminence et quelles sont les relations qu'entretiennent ces deux villes aujourd'hui ?

Paris, la cheffe de file

Nous avons vu *supra*²⁶⁶ que, peu à peu, Londres avait perdu sa place de leader du marché de l'art africain et océanien au profit de Paris et de New York dans les années quatre-vingt. Cette situation s'est aujourd'hui confortée et est confirmée tant par les acteurs du champ et leur perception des lieux importants où se déroulent les transactions, que par les chiffres des statistiques sur le sujet. Philippe Peltier, conservateur des collections Océanie au Musée du quai Branly-Jacques Chirac se remémore :

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

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

²⁶⁶ Voir Chapitre 3, point 2.3.1 Les rapports entre Europe et États-Unis, p. 138.

représentent en effet 96% du chiffre d'affaire des ventes mondiales d'art africain et océanien.

Ces deux pays tiennent donc le haut du pavé et ce de manière relativement serrée : entre 2000 et 2014, les ventes effectuées en France ont dispersé au total 27 246 lots pour 370 millions d'euros alors que celles faites aux États-Unis totalisent 15 500 pièces pour un résultat un peu moindre de 242 millions d'euros. Les deux régions sont donc en relative égalité, non sur le chiffre d'affaire produit, mais sur le prix moyen des objets (13 579,97 euros pour la France et 15 612,90 pour les États-Unis). Cependant, ces proportions ne sont plus du tout les mêmes si l'on considère le nombre de pièces vendues et le chiffre d'affaire de chacune des deux plus grandes maisons de ventes aux enchères dans le domaine : en effet, Christie's a dispersé pendant ces quatorze ans 6 562 lots en France pour 81,8 millions d'euros et seulement 1 175 objets aux États-Unis, pour un résultat de 15,5 millions d'euros²⁶⁷. Notons que si la maison vend davantage de lots en France, la moyenne des prix par objet reste sensiblement identique entre les deux pays. Du côté de Sotheby's, on observe une stratégie beaucoup plus équilibrée en nombre de lots entre la France et les États-Unis, mais, en revanche, beaucoup plus déséquilibrée dans la moyenne des prix des objets : Sotheby's a en effet dispersé 4 275 objets en France entre 2000 et 2014 pour un chiffre d'affaire de 173,8 millions d'euros, contre 7 504 aux États-Unis pour un résultat de 213,6 millions d'euros. Sotheby's fait ainsi une moyenne de prix de vente par objet de 40 654 euros en France, contre 28 464 euros aux États-Unis²⁶⁸.

²⁶⁷ Chiffres du *Rapport sur le marché de l'art tribal 2000-2015* (Artkhade; Ama et Analytics, 2016).

²⁶⁸ Voir fig. 3 à 5 : chiffres d'affaires de Sotheby's et Christie's.

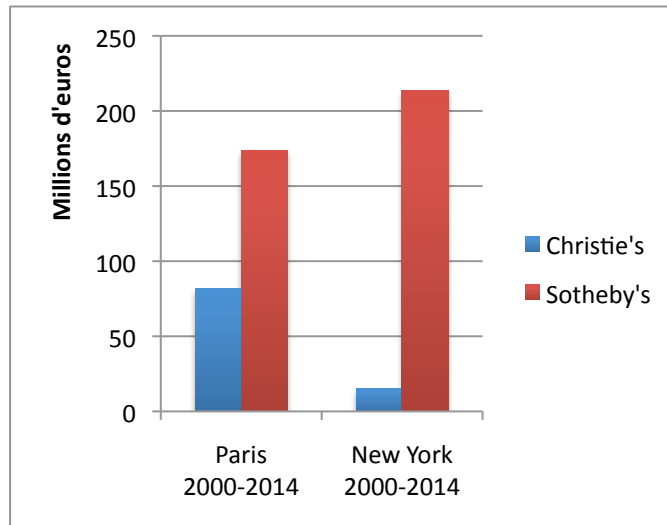


Fig. 3: Chiffres d'affaire de Sotheby's et de Christie's entre 2000 et 2014.

Ces chiffres nous indiquent qu'en général Paris devance New York en volume et en chiffre d'affaire. Cependant, cette différence est minime et se joue parfois sur quelques objets, sur la renommée particulière d'une collection ou d'une vente. Ainsi, l'année 2014 fut un cru spécifique : les 164 lots de la collection Miron Kunin sont vendus à Sotheby's New York le 11 novembre pour le résultat record de 41 617 500 dollars. La statue senoufo vendue à cette occasion détient toujours le record de prix de vente du marché avec son adjudication à 12 037 000 dollars. La vente de cette collection particulière – et les chiffres impressionnants qu'elle a générés et qui ont fait remonter New York dans les statistiques – a parfois été perçue comme annonciatrice du déclin de Paris sur la scène des arts africains et océaniques. Cependant, les chiffres de 2015 et 2016 n'illustrent pas un virage clair en direction des États-Unis²⁶⁹ : Sotheby's totalise à Paris en 2015 des résultats de ventes à hauteur de 17 034 275 millions d'euros²⁷⁰, contre 12 144 375 millions de dollars²⁷¹ à New York la même année. En 2016, Sotheby's vend à Paris pour 14 860 950 millions d'euros²⁷², contre 7 853 750 millions de dollars à New York

²⁶⁹ Le rapport d'Artkhade sur le sujet n'allant que jusqu'en 2014, les chiffres concernant les années 2015 et 2016 proviennent de mes observations et de mes analyses des sources.

²⁷⁰ Le total de deux ventes : 11'101'775 millions d'euros pour la vente de juin 2015 et 5'932'500 pour celle de décembre 2015.

²⁷¹ Soit au taux de change du 31 décembre 2015, qui était de 1 dollar pour 0,92094 euros, un total de 11 184 240,7125 euros.

²⁷² 6'795'325 millions d'euros pour la vente de juin 2016 ; 2'632'125 et 5'433'500 pour les deux ventes de décembre 2016.

la même année²⁷³. Les chiffres du côté de Christie's sont contrastés : pour 2015, aucune vente d'art africain et océanien n'a été effectuée à New York par la maison de ventes, alors que deux ventes parisiennes totalisent 18 890 825 euros. En 2016, la vente new yorkaise totalise 5 039 000 dollars²⁷⁴ et les deux ventes parisiennes font le chiffre de 2 786 948 euros.

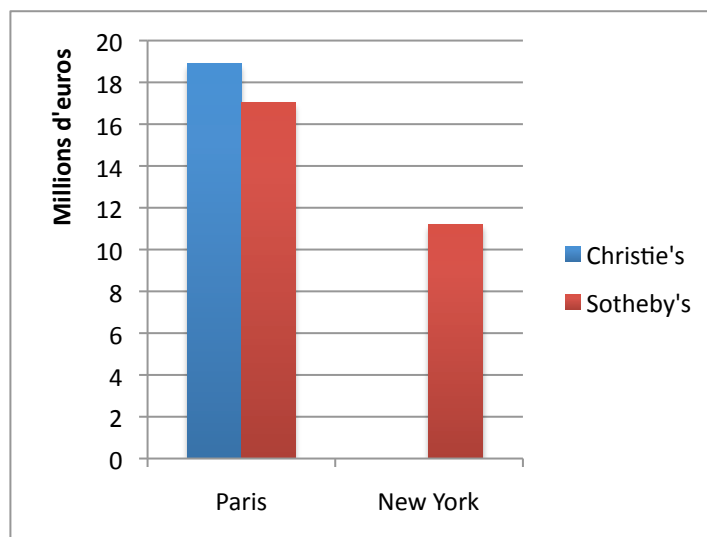


Fig. 4: Chiffres d'affaire de Sotheby's et Christie's en 2015.

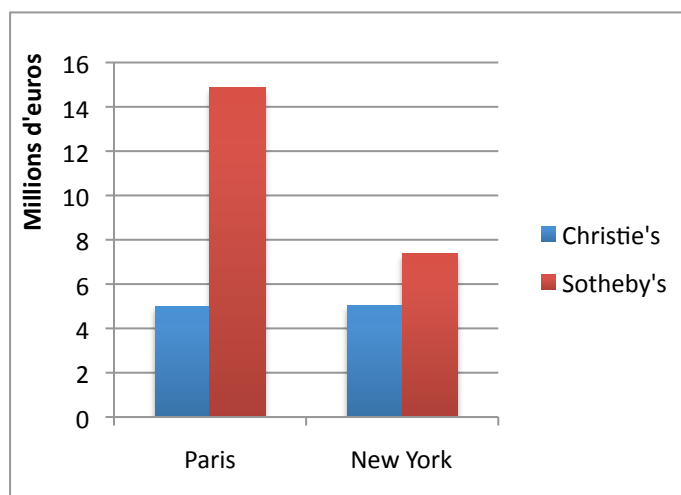


Fig. 5: Chiffres d'affaire de Sotheby's et Christie's en 2016.

²⁷³ Soit au taux de change du 1^{er} décembre 2016, qui était de 1 dollar pour 0,93806 euros, un total de 7 367 288,725 euros.

²⁷⁴ Soit, au même taux de change que précédemment, un total de 4 726 884,24 euros.

Si New York reste la ville la plus importante pour le marché de l'art général et que Paris n'est de loin plus la capitale des arts avec seulement 2,8% du produit des ventes mondiales en 2014²⁷⁵, cette tendance étant la même dans le domaine des enchères : la France occupe la quatrième place mondiale avec 6% du marché des enchères, contre 32% pour les États-Unis en 2016 (Volontaires, 2017). Cette tendance n'est pas du tout la même dans le champ des arts africains et océaniques : entre 2000 et 2014, Paris a représenté 49% des pièces vendues sur le marché de l'art africain et océanien et 58% du chiffre d'affaire du marché (Artkhade; Ama et Analytics, 2016). La tendance du segment est à la hausse depuis 2015, comme le relève le Rapport d'activités 2016 du Conseil des Ventes volontaires (2017).

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

Paris se distingue donc dans les chiffres, mais aussi dans les discours et pratiques des acteurs, comme nous l'avons vu pour Londres. Aujourd'hui, les conservateurs de musées français, belges et suisses confessent se rendre davantage à Paris, voire à Bruxelles, qu'à Londres ou New York. Il est aussi intéressant de noter que les marchands d'art africain et océanien bruxellois et parisiens ne participent que peu à des foires londoniennes (quelques-uns sont présents à *Frieze Master*, à *MasterPiece* ou au *PAD*), et encore moins aux foires new-yorkaises. Des raisons logistiques, tout d'abord, pèsent dans ce choix – Bruxelles et Paris ne sont séparées que par une heure de TGV et partagent la même langue, deux éléments

²⁷⁵ Selon le *Rapport sur le marché de l'art mondial 2016* d'Artprice (disponible en ligne : <https://fr.artprice.com/artprice-reports/le-marche-de-lart-en-2016/edito-de-thierry-ehrmann-fondateur-et-president-dartprice/>) New York prend 26% des parts du marché de l'art mondial, suivi par Pékin (18%) et Londres (16%).

simplifiant largement l'organisation d'une éventuelle participation –, mais aussi un rapport entre investissement et retours parfois jugé très mauvais : la clientèle anglaise ou américaine se déplace souvent en Europe et il apparaît comme peu pertinent d'investir son temps et son argent dans la participation aux foires américaines et anglaises qui, si elles sont en général bien cotées, ne dépassent généralement pas la *Biennale*, la *Brafa* ou *Tefaf*. En outre, certaines foires anglaises se délocalisent à Paris ou dans d'autres capitales européennes, tel le PAD qui s'organise à Paris tous les ans.

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

« Parce que c'est un marché qui est principalement français, accessoirement belge et suisse »²⁷⁶.

« Parce que bon an, mal an, deux ou trois ans avant l'ouverture du quai Branly, Paris est devenue la première place du marché »²⁷⁷.

Du côté des galeries, comme nous le verrons *infra*²⁷⁸, les événements majeurs cités dans les entretiens menés durant cette recherche se situent à Paris et à Bruxelles. Londres et New York n'apparaissent pas dans les discours comme des « villes où il faut être » : dans les entretiens menés sur mon terrain, Paris remporte la première place, avec un taux de citation de près de 50%, contre 35% pour Bruxelles, 5% pour Londres et 5% pour New York.

²⁷⁶ Entretien mené avec Aurélien Cuénot, fondateur de la base de données Artkhade, à Paris le 31 octobre 2016.

²⁷⁷ Entretien mené avec Manuel Valentin à Paris, le 10 septembre 2014.

²⁷⁸ Voir *infra*, point 4.3.1 Les galeristes et les foires, p. 284.

Des spécificités françaises

Paris occupe donc le devant de la scène dans le champ de l'art africain et océanien, du moins dans sa partie marchande : pourquoi et quelles sont les particularités qui expliquent cette prééminence ?

Bien évidemment, l'historique mis en évidence *supra*²⁷⁹ – développement de l'ethnologie et fondation des musées d'ethnographie, politique coloniale, formation du marché par certains galeristes français, concentration des collectionneurs en Europe, etc. – a eu une importance non négligeable dans la consécration de Paris en tant que « capitale des arts premiers », un titre largement employé en juin 2006 lorsque se déroulent conjointement deux événements majeurs du champ : l'ouverture du Musée du quai Branly-Jacques Chirac et la vente de la collection Pierre et Suzanne Vérité.

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

Estelle Fossey (2011) identifie ainsi un certain nombre de régions en Afrique – majoritairement l'Afrique de l'Ouest – ainsi que de types d'objets – majoritairement des sculptures – qui emportent l'adhésion des collectionneurs français et/ou belges et qui suscitent davantage l'intérêt des musées et des publics²⁸⁰. Les États-Unis de leur côté cultivent un intérêt marqué pour les objets amérindiens par exemple, que l'on ne retrouve que peu en France et en Belgique : les maisons de ventes ne possèdent pas de départements consacrés aux arts d'Amérique du Nord, et lorsque leurs titres de départements anglais *Tribal art* sont traduits en français, ils deviennent des départements « d'art africain et océanien ». Les galeries d'art amérindien ou d'Amérique du Sud sont très largement minoritaires en France et en Belgique²⁸¹, comme le confirmait André

²⁷⁹ Voir *supra*, Chapitre 2, p. 95.

²⁸⁰ Nous ne revenons pas sur cette histoire du goût et renvoyons pour cela à la thèse d'Estelle Fossey (2011) ainsi qu'à Philippe Junod (2005) ou à Pierre Amrouche (1987-1988).

²⁸¹ Voir à ce sujet l'article d'André Delpuech (2016).

Delpuech alors conservateur du département Amériques au Musée du quai Branly-Jacques Chirac :

« À Santa Fe, il y a un énorme marché avec une grande foire internationale chaque année au mois d'août, qui est pour tous les marchands nord-Américains. C'est un peu l'équivalent de notre *Parcours des Mondes*, mais pour l'art Amérindien et nord-américain »²⁸².

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

« C'est aussi une question, si je puis dire, de "culture". Pour les Nord-Américains, c'est l'histoire du pays où ils sont : ils s'intéressent aux Sioux, Comanches, Apaches. Nous, en Europe, on a moins de liens avec l'univers amérindien. L'histoire de l'Europe et de la France en particulier est plus tournée vers l'art africain et c'est lié aussi à un certain regard. Faites juste un constat : avant, à côté du Musée de l'Homme, il y avait le musée des arts d'Afrique et d'Océanie, point »²⁸³.

Cette histoire du goût a donc conditionné le développement des collections privées, mais aussi celui des collections publiques. En effet, du côté muséal aussi s'observe une différence entre les États-Unis et l'Europe : nous avons vu *supra*²⁸⁴ comment les musées d'ethnographie en France et en Belgique ont développé des collections – mais aussi l'ethnologie en tant que discipline – en direction de l'Afrique plus spécifiquement. On se trouve ici au cœur d'un rapport fort entre territoire et goût, les sentiments d'appartenance et l'historique ayant conditionné le développement de préférences et de savoir-faire sur des catégories d'objets spécifiques.

²⁸² Entretien mené avec André Delpuech à Paris, le 20 octobre 2015.

²⁸³ *Idem*.

²⁸⁴ Voir *supra*, Chapitre 2, p. 95.

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

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

4.1.2 Paris – Bruxelles : entre concurrence et émulation

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

« Belgium was the main channel through which the fabulously prolific and beautiful ritual art from the Belgian Congo and other parts of Africa reached museums, collectors and auctions in north-atlantic societies, and is presently third in rank among the global centres of tribal art trade, after Paris and New York »²⁸⁵ (Corbey, 1999: 11).

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

²⁸⁵ « Après Paris et New York, la Belgique était le principal canal par lequel les objets d'art rituel, incroyablement beaux et nombreux, du Congo belge et d'autres parties de l'Afrique, atteignaient les musées, les collectionneurs et les ventes aux enchères dans les sociétés nord-atlantiques ».

Les enchères à Paris, les marchands à Bruxelles ?

La Belgique, avec ses ports, est un point d'entrée historiquement important des objets issus des colonies. En outre, le Musée royal de l'Afrique centrale, dont nous avons vu les principaux jalons dans le chapitre précédent, est un musée extrêmement important de la région, par la taille de ses collections, mais aussi par son centre de recherche et sa surface d'exposition. La Belgique possède en outre un historique important d'expositions d'art africain : dans les années trente, le premier *Salon national d'Art Nègre* en 1930 se déroule à la Galerie Kodak de Bruxelles, puis suivent *l'Exposition d'Art Nègre* en 1930 au Palais des Beaux-Arts de Bruxelles, le *Kongo-Kunst* à la Stadsfestsaal d'Anvers en 1937-1938 ; dans les années cinquante aussi, puisque l'Exposition Universelle de 1958 expose un nombre important de pièces africaines et que, outre le musée de Tervuren, le Palais des Beaux-Arts produit aussi des expositions d'art africain principalement. C'est que l'intérêt du public est vif, Bruxelles comptant un nombre important de collectionneurs, comme en témoigne la fondation de l'association des Amis de l'Art congolais fondée à Bruxelles dès 1922 (Corbey, 1999: 12). De grands collectionneurs et de grands marchands résident en Belgique : Henri Pareyn, Jef Vander Straeten, Marc Leo Felix, Pierre Dartevelle, etc.²⁸⁶. Le collectionneur belge est réputé dans les milieux de l'art, la foire Brafa de Bruxelles lui ayant consacré une exposition²⁸⁷, et les acteurs s'accordant en général à reconnaître son importance :

« Et l'autre concurrence c'est Bruxelles. C'est aussi parce qu'il y a beaucoup de collectionneurs en Belgique, il y a une tradition de collection très active en Belgique, il y a d'extraordinaires collectionneurs en Belgique »²⁸⁸.

²⁸⁶ Voir l'annexe 2.3 portraits des marchands et galeristes des années trente, pour cette période particulièrement.

²⁸⁷ Voir l'exposition *Le collectionneur belge*, ainsi que la revue de presse consacrée qui a profité de cette exposition pour documenter cette thématique : « Au bonheur des collectionneurs de Belgique », *Juliette et Victor*, 2015, n°40 ; « Montrer la diversité du goût du collectionneur belge », *Le Quotidien de l'art*, 2015. Voir aussi « A la recherche du collectionneur belge », *Art Media Agency*, 19 janvier 2017, qui retrace la situation des collectionneurs belges aujourd'hui et les facteurs qui guident leurs choix d'objets à collectionner.

²⁸⁸ Entretien avec Aurélien Gaborit mené à Paris, le 19 septembre 2015.

Pourtant, aucune vente aux enchères majeure n'a eu lieu à Bruxelles ces dernières années et aucun prix de vente n'a été enregistré comme un record. Les enchères sont de moins bonne qualité, faute à la stratégie de centralisation des grandes maisons de vente, qui regroupent leurs spécialités en pôles. Bruxelles, trop proche de Paris, ne peut prétendre être un deuxième centre de ventes d'objets africains et océaniques : la concurrence est trop forte. Cependant, loin de déconsidérer cette ville, il est intéressant d'observer comment elle s'est repositionnée par rapport à sa voisine un peu encombrante. Le nombre de marchands d'art africain et océanique est élevé : plus de vingt galeries recensées à Bruxelles – le même nombre qu'à Paris mais, surtout, un nombre de foires spécialisées plus grand qu'à Paris²⁸⁹ ainsi qu'une plus grande représentation des marchands d'art africain et océanique dans les foires générales : neuf stands – dont cinq belges pour trois parisiens – à la Braf de Bruxelles contre deux à la *Biennale de Paris*. Si Bruxelles ne possède pas les enchères, elle reste cependant extrêmement compétitive sur le marché grâce à l'activité importante de ses marchands et galeristes et grâce à son bassin important de collectionneurs.

Proximité entre villes, proximité dans les villes

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

Tout d'abord, Paris et Bruxelles centralisent le marché. Cela n'annihile pas l'existence d'un marché provincial, mais celui-ci est constitué de ventes très modestes et peu fréquentes, quasiment jamais médiatisées. Le périmètre dans lequel se déploient les galeries au sein des villes est en outre extrêmement réduit. En effet, les deux villes concentrent leurs marchands d'art africain et océanique dans des quartiers précis historiquement dévolus à l'art et aux antiquaires : à Saint-Germain-des-Prés pour Paris, et au Grand Sablon pour Bruxelles²⁹⁰.

²⁸⁹ Bruxelles compte deux éditions de Bruneaf et de *Thema* alors que Paris ne compte que le *Parcours des Mondes* et depuis trois ans *Paris Tribal*. Voir *infra*, Chapitre 4, point 4.3.1 Les galeristes et les foires, p. 284 pour le détail ainsi que les annexes du chapitre 4 dans le volume des annexes séparé.

²⁹⁰ Voir fig. 6 et 7, les cartes de ces quartiers et la localisation des galeries.

Pour certains acteurs, cette concentration des marchands en un point précis est même la raison de leur succès et leur caractéristique principale :

« Je peux faire un résumé, parce qu'en fait le marché de l'art primitif est très, très limité : il n'y a que Paris et Bruxelles qui réunissent un nombre important de galeries dans un seul quartier »²⁹¹.

Cette concentration des marchands en un lieu précis a en effet certainement favorisé l'émulation, la collaboration, a permis le développement d'événements de quartier – comme nous le verrons *infra*²⁹² – et a donc facilité les déplacements des collectionneurs en un lieu précis. Là où on l'on peut penser que la proximité entre des entreprises ayant les mêmes clients, les mêmes produits et les mêmes objectifs pourrait être dommageable, les galeries prouvent que la proximité géographique favorise au contraire leur survie, comme l'ont déjà démontré quelques recherches sur le sujet (Greffé et Simonnet, 2008, Moureau; Sagot-Duvaurox et Vrièse, 2014) ainsi que les rapports de l'INSEE²⁹³.

En outre, la création des galeries d'art africain et océanien dans les quartiers déjà dévolus à l'art ou aux antiquités n'est pas anodine : elle témoigne du lien historique entre ces différents marchés et des possibilités à venir du déploiement d'autres rapports, comme le résume Jean Hubert Martin au sujet des récents développements entre art contemporain et art africain : « Il y a une parenté très grande entre le marché de l'art premier et contemporain, car les galeries sont dans le même coin, évidemment »²⁹⁴.

En conclusion, Paris et Bruxelles apparaissent comme des villes proches qui partagent un certain nombre de points communs : centralisation du marché et

²⁹¹ Entretien mené avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

²⁹² Voir *infra*, Chapitre 4, point 4.3.1 Les galeristes et les foires, p. 284.

²⁹³ Julien Fraichard, « Les pôles commerciaux et leurs magasins ». *Le commerce en France*, 01.12.2006 :

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/1372273?sommaire=1372279&q=antiquaires>.

²⁹⁴ Extrait d'un entretien mené avec Jean-Hubert Martin à Paris, le 18 mars 2016. Voir fig. 6 et 7.

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

4.2 STRUCTURE DU MARCHÉ DE L'ART AFRICAIN ET OCÉANIEN

Si les musées d'ethnographie – leur fonctionnement, leurs débats, leurs repositionnements – sont relativement bien décrits et décortiqués depuis quelques années, notamment grâce aux reconfigurations du paysage muséal qui ont donné lieu à une abondante littérature sur la question, le marché de l'art africain et océanien, en Europe, a été peu exploré en détails. Afin de comprendre les liens tissés entre ces deux acteurs du champ, il importe donc de revenir sur la structure du marché actuel, bien loin de se présenter comme une entité homogène. En effet, *le* marché de l'art africain et océanien n'existe pas ; coexistent *les* marchés composés de vendeurs, d'acheteurs et de stratégies différentes : des marchands organisés et fonctionnant selon un système spécifique et plusieurs segments de marchés que l'on peut schématiquement résumer en trois segments : bas, moyen et haut.

Le marché bas est composé de vide-greniers, de marchands à la sauvette et de galeristes en début d'activité, vendant majoritairement aux touristes et collectionneurs amateurs à des prix très concurrentiels. Ce dernier est peu en relation avec les musées et institutions culturelles, nous n'allons donc pas nous

attarder sur sa structure²⁹⁵. Nous nous arrêterons sur les marchés moyens et hauts, composés des galeristes et de maisons de ventes aux enchères qui sont les principaux interlocuteurs des institutions muséales, comme le confirment en général les conservateurs de musées :

« Le marché de l'art africain pour moi c'est vraiment celui du *Parcours des Mondes* : des galeristes et des maisons de ventes, c'est sûr. Ce sont vraiment les deux principaux acteurs. Après, c'est sans doute par eux que passent la plupart des pièces que nous acquérons, bien qu'on ait aussi des dons bien sûr. Ce sont vraiment les galeristes les principaux acteurs et nos interlocuteurs »²⁹⁶.

Ce sont ces principaux interlocuteurs auxquels nous allons nous intéresser ci-dessous, en questionnant leurs définitions, légales et sociales, et en mettant à jour leurs caractéristiques principales, leurs points communs et leurs différences.

4.2.1 Les acteurs des marchés de l'art africain et océanien

Quelle est la différence entre un galeriste, un brocanteur, un antiquaire, un commissaire-priseur, un hôtel de vente ou une maison de ventes ? Un nombre important d'acteurs naviguent sur la carte du champ de l'art africain et océanien et il convient de comprendre comment ils se distinguent les uns des autres, sur le plan légal et juridique d'une part, mais aussi socialement et professionnellement, d'autre part.

Ces définitions et distinctions, une fois posées, permettront de comprendre le fonctionnement de ces différents acteurs entre eux et les hiérarchies qui structurent le champ, au cœur des relations avec les musées et des processus de valorisation des objets.

²⁹⁵ Voir *supra*, Chapitre 3 point Autres acteurs, p.191, où j'explique dans que les vide-greniers ont été observés et ont fait partie de l'échantillon de recherche de base, mais qu'au vu de leur peu de relations avec les musées, ils n'apparaissent que peu dans l'analyse.

²⁹⁶ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

Le galeriste : construire une identité professionnelle

Il n'existe aucune définition légale du marchand d'art africain et océanien en France, en Belgique ou en Suisse, ni même de définition différenciant un antiquaire d'un brocanteur. A partir du moment où un vendeur procède à des ventes de gré à gré pour en faire profit, il est considéré comme un commerçant. S'il procède à « la vente ou l'échange d'objets mobiliers usagés ou acquis de personnes autres que celles qui les fabriquent ou en font le commerce »²⁹⁷, il est cependant obligé de s'inscrire à la Préfecture et de tenir un livre de Police recensant les objets vendus. Il est donc difficile de comptabiliser précisément les antiquaires de façon générale²⁹⁸, et d'art africain et océanien en particulier. Ils peuvent en outre se différencier selon une multitude de critères : le type d'objets vendus, le nombre d'intermédiaires entre eux et la création de l'objet, si les objets sont restaurés ou non, la qualité des objets, leurs prix ou la conception qu'ils se font du métier (Hoog et Hoog, 1995, Moulin, 1967).

Les définitions sont donc vagues et le processus de différenciation et de définition de la profession se développe sur d'autres critères que celui de la loi. Pour les galeristes, il s'agit, davantage que d'un statut juridique commun, de la construction d'une identité professionnelle commune. Pour comprendre ce qui définit cette identité professionnelle commune, je me suis appuyée largement sur les propos mêmes des acteurs du champ, principalement des galeristes. Ce principe méthodologique, qui est aussi repris en aval pour comprendre les segments de marchés, comporte des avantages et inconvénients déjà discutés *supra*²⁹⁹.

²⁹⁷ Cette définition est celle de l'antiquaire-brocanteur telle que proposée dans la loi française de 1987 et reprise dans le Code pénal français aux articles 321-7, R321-7 et R321-8.

²⁹⁸ Le chiffre de quinze mille est avancé pour la France dans un rapport de l'Inspecteur général des Finances (Gaillard, 29 avril 1999), spécifiant qu'il existerait en plus de ces quinze mille, environ vingt-cinq mille professionnels non déclarés. Il est difficile d'avoir des chiffres concernant les galeries d'art en général, car le secteur définit par l'INSEE en France est celui des « Antiquaires, brocantes, dépôts-ventes » qui englobe tous les commerces de livres d'occasion, de biens d'occasions (fripes, meubles, etc.) et les dépôts-ventes.

²⁹⁹ Voir *supra*, Chapitre 3, point Les entretiens, p. 202.

Sur cette base, plusieurs critères attestent de la crédibilité d'un marchand d'art africain et océanien et le définissent comme galeriste auprès de ses pairs : son expérience, dans ce champ ou un autre champ artistique, son histoire personnelle et plus particulièrement son héritage familial et finalement, pour l'art africain et océanien en particulier, sa proximité avec les pays producteurs des objets qu'il vend.

L'HÉRITAGE FAMILIAL

La grande majorité des galeristes interrogés évoquent, pour expliquer leur passion, le parcours d'un parent lui-même collectionneur ou galeriste :

« Je suis fille de marchand, j'ai toujours vécu là-dedans. Il y a quelques années j'ai repris la galerie, avec ma mère, parce qu'elle était partie à la retraite. J'ai travaillé avec ma mère et puis avec mon père et j'ai voyagé encore. Mon père est marchand et est un collectionneur assez connu. Je travaille dans cette galerie depuis 2000 et la galerie est ici depuis 94. Mon père a ouvert sa première galerie en 69 »³⁰⁰.

Cet héritage est souvent mis en avant, car il donne la garantie de connaître le milieu et d'en maîtriser les codes, voire d'être « génétiquement » légitime à exercer ce métier. Ainsi, nombreux sont les marchands à revendiquer être « nés dans les objets » :

« Mon père rencontre ma mère en Afrique, parce qu'il travaille pour le musée de Kinshasa. Je crois que ça commence vraiment là. Je nais dans les objets. Il [son père] était conservateur, mais en fait il était collecteur, parce qu'il collectait à l'initiative de Mobutu. Et moi je nais dans ça. Et je pense que ça commence là, car je retrouve des photos de moi où je suis autour

³⁰⁰ Ainsi explique Judith Schoffel de Fabry, mais c'est aussi le cas de Philippe et Lucas Ratton, deuxième et troisième génération de marchands de la famille Ratton ; d'Anthony Meyer, dont la mère possédait une galerie ; de Sara de Monbrison dont le père est aussi galeriste ; de Didier Claes, dont le père travaille pour les collections de Mobutu ; de Serge Schoffel, dont le père est galeriste et collectionneur ; de Régis Huguenin, dont la tante avait une galerie, etc. Cette particularité est aussi reprise dans les portraits des galeristes brossés lors de l'exposition *Regards de Marchands* à la Monnaie (2009) et repris dans le catalogue du même nom (Martinez-Jacquet, 2009).

d'objets. J'ai vraiment baigné dedans et je crois, si je dois parler franchement de mes connaissances aujourd'hui, que ce sont des connaissances qui ont été très, très vite établies. C'est le fait d'être vraiment né dans ça »³⁰¹.

Cette influence de l'héritage personnel et familial et le fait qu'une grande partie des marchands soit issue de milieux aisés, les parents étant dans le secteur tertiaire, ou le galeriste lui-même avant sa reconversion, est un trait commun à une majorité des galeristes et marchands d'art tous champs confondus. Julie Verlaine insiste aussi sur ce point dans son analyse des galeries d'art contemporain ; elle montre que les galeristes font valoir les lignées de collectionneurs et de marchands auxquelles ils appartiennent (Verlaine, 2012: 185-193). Cette analyse nous indique que la frontière entre collectionneur et galeriste est ténue et que les brouillages peuvent être fréquents.

L'EXPÉRIENCE ET LE LIEN AUX OBJETS

Si se revendiquer d'une lignée de marchand est un trait commun aux marchés de l'art tous champs confondus, un élément qui s'ajoute au galeriste d'art classé ou contemporain, comme le souligne Didier Claes, c'est un lien fort avec les pays dont sont issus les objets collectionnés : y avoir souvent voyagé, voire y avoir vécu, est récurrent dans les propos : « ce pays, ça m'a fasciné donc je suis retourné sept fois aux Philippines » déclare Serge Schoffel. Souligner un lien aux pays est primordial, car il atteste d'une expérience de terrain nécessaire à la connaissance des objets et du marché : une tension traverse tous les discours, celle entre la formation théorique – un atout à double tranchant, qui donne une crédibilité institutionnelle, mais qui peut parfois enfermer le marchand et le couper de l'objet – et l'expérience de terrain qui met en contact direct avec les objets et forme le regard : « J'ai dû réapprendre tout par l'expérience, parce que chaque objet, c'est un risque »³⁰².

³⁰¹ Extrait d'un entretien mené avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

³⁰² Extrait d'un entretien mené avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

La suppression des intermédiaires entre le marchand et le producteur des objets est souvent gage de sa connaissance et donc de sa crédibilité auprès de certains acheteurs, dont certains conservateurs, comme Emmanuel Kasarhérou, par exemple, qui confiait accorder une confiance accrue aux galeristes de terrain, qui possèdent selon lui un accès à une information non « érodée »³⁰³.

La compétence professionnelle d'un marchand se mesure à l'aune de l'équilibre entre ces deux extrêmes : documenter et fonder son discours sur une théorie artistique et ethnographique solide qui peut être le résultat d'une formation (le plus souvent l'histoire de l'art), d'une transmission (le plus souvent celle des parents) ou d'un auto-apprentissage, tout en ayant la capacité de « regarder » et de « ressentir » les objets. Plus que tout, le marchand entretient un lien quasi personnel, spécifique aux objets qu'il vend : nombreux sont les marchands à dire qu'ils « aiment leurs objets », qu'ils ont « une sensibilité pour eux », voire plus profondément qu'ils communiquent avec eux :

« Je dis avec un peu de prétention que c'est leur âme qui parle et ils ont un peu tous la même âme. C'est comme ça que je le ressens en tout cas. Alors soit c'est ici dans des réserves, soit à la maison, car il y a ce plaisir de vivre avec les objets, de dialoguer avec eux. [...] Il y a ce contact, cette émotion, ce dialogue, vraiment un dialogue, qui s'établit entre les pièces et moi. C'est comme ça que je le ressens, il y a un échange en tout cas »³⁰⁴.

Plutôt que de penser ce lien en termes de relation, le concept d'*attachement* à l'objet permet d'envisager, comme le proposent Antoine Hennion (2004) et Thierry Bonnot (2014), la capacité des objets à coproduire les liens. L'objet émerge ainsi, comme l'explique déjà Patrick Mestdagh ci-dessus, comme un acteur à part entière. Cette idée rejoint celle de Jean Bazin concernant les degrés d'*individuation* (Bazin, 2008) des objets, consistant à penser les objets non en tant que ce qu'ils représentent mais que ce qu'ils sont. Alfred Gell (1998) pousse cette réflexion encore plus loin avec la notion d'*agency*. Si la traduction du terme est

³⁰³ Entretien mené avec Emmanuel Kasarhérou à Paris, le 10 septembre 2015 : ces galeristes sont pour lui différents, car ce sont des collecteurs directs : « ils n'ont pas d'intermédiaires entre eux et la recherche d'objets. C'est eux qui vont sur le terrain ».

³⁰⁴ Extrait d'un entretien mené avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

sujette à débat³⁰⁵, le sens de ce dernier renvoie dans tous les cas à l'idée que les objets possèdent une agentivité, en tant qu'agents secondaires, et qu'ils se regroupent en *agency network*, contenant toute l'agentivité des acteurs par lesquels l'objet est passé, ainsi que celle de la personne qui regarde l'objet à un moment donné³⁰⁶. Même si ces dernières contiennent des nuances, elles ont toutes pour point de considérer l'objet comme actant (Bonnot, 2006), qu'il regroupe les intentionnalités des personnes croisées sur sa route auparavant ou qu'il possède la sienne propre, une « âme », comme l'affirme Serge Schoffel :

« On ne sait pas ce qu'on va découvrir. Mais comme j'achetais avec goût, avec mon cœur, en général je ne me trompais pas trop parce qu'un bon objet, ça dégage une énergie, ça a une âme que n'a pas un autre ».

Il n'est dès lors pas étonnant de constater que les marchands, au plus fort de leur attachement, peuvent entretenir un dialogue avec les objets :

« Il y a des objets qui ne sont pas des convoitises, mais “de vieilles amies”. Il y a un Uli chez moi à côté de la télé et un soir ma femme me demande ce que je fais, je lui dis “je regarde la télé”. Elle me dit : “la télé est éteinte”. J'étais en discussion depuis deux heures avec le Uli ! Car ce n'est pas vrai que les objets ne parlent pas. Ils répondent, car on se parle à soi-même »³⁰⁷.

Cependant, toutes ces caractéristiques attestent de la passion et de la capacité professionnelle en général dans le champ, et non de celle de marchand en particulier, puisque l'on retrouve exactement les mêmes caractéristiques dans le portrait que Stéphane Martin, le directeur du Musée du quai Branly-Jacques Chirac brosse de lui-même (Martin, 2007). Chez les collectionneurs aussi, comme l'ont montré Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008), la passion se

³⁰⁵ Comme nous l'avons vu *supra*, lors de la revue de littérature Chapitre 1, point 1.1.3 La circulation des objets et leurs échanges : générateurs de sens et de valeur(s), p. 62.

³⁰⁶ Cet attachement serait pour lui souvent traduit en émotion esthétique (Gell, 1998: 101) qui n'a pour Gell pas de légitimité. Un point de vue critiqué par Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2010: 167) qui reviennent sur les critères qu'Alfred Gell énumère pour considérer si un objet est artistique ou non.

³⁰⁷ Extrait d'un entretien mené avec Anthony Meyer à Paris, le 10 septembre 2014.

construit sur des rencontres et une expérience quasi fusionnelle avec les objets considérés comme des personnes et donc sur un « rapport à l'être bien davantage qu'à l'avoir » (Derlon et Jeudy-Ballini, 2008: 166). La frontière se révèle à nouveau ici ténue, entre le galeriste et le collectionneur.

Les capacités du marchand, spécifiquement, se révèlent par son goût de la recherche des objets, sa persévérance à fouiller aux puces et sur les marchés : « moi j'avais depuis très longtemps développé des relations au marché aux puces de Bruxelles car j'adorais fouiller », explique Pierre Loos. Cependant, cet intérêt pour les marchés s'illustre par la volonté de vendre ou d'avoir son propre stand aux puces, souvent la première étape du parcours de marchand d'art africain et océanien :

« Ma mère avait retrouvé une caisse d'objets que mon père avait laissés quelque part dans la cave et elle me demandât de l'en débarrasser. J'ai débarqué au marché aux puces et j'y ai rencontré un marchand à qui je vendais des choses... et c'est ainsi que ça a commencé »³⁰⁸.

« D'abord j'ai ouvert mon stand aux puces, il y a à peu près dix ans. J'ai commencé à Saint-Ouen, au marché aux puces de Saint-Ouen. J'avais un stand que j'ai gardé six ans, donc ça s'est très bien passé, j'ai rencontré plein de gens intéressants. J'ai attendu le bon moment pour passer un cap et venir dans le quartier de Saint-Germain »³⁰⁹.

Certains marchands restent aux puces et d'autres, comme Lucas Ratton, Didier Claes ou Pierre Loos, franchissent l'étape postérieure : l'ouverture d'une galerie. La galerie apporte des avantages que les puces n'ont pas : espace permanent, elle permet le stockage des objets, afin de les documenter, de les organiser puis de les montrer. Même si certaines puces possèdent des espaces permanents, la migration du vendeur dans le lieu consacré au commerce de l'art atteste de ses compétences. En outre, posséder les objets est une caractéristique du galeriste souvent mise en

³⁰⁸ Extrait d'un entretien mené avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 septembre 2014.

³⁰⁹ Extrait d'un entretien mené avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

avant dans les discours des acteurs ; posséder l'objet, c'est aussi le moyen de développer et d'entretenir cette relation spécifique à l'objet, comme un collectionneur :

« Alors j'ai l'objet : le fait d'avoir pris le risque, investi mon énergie, mon argent, tout, c'est à moi et pour toujours, pour l'éternité »³¹⁰.

Posséder l'objet, sur un plus ou moins long terme, et ainsi développer une relation, apprendre à le connaître, le personnifier, c'est aussi un privilège que les maisons de ventes aux enchères – selon les galeristes – n'ont pas, elles qui ne voient les objets que sur un court laps de temps et qui ne les possèdent techniquement jamais. Pour les galeristes, cette différence est fondamentale et un atout non négligeable face à la puissance montante des maisons de ventes :

« Vous savez tous les objets qui sont ici, en tout cas plus de 90%, m'appartiennent. C'est-à-dire que je les ai achetés, je les ai financés et les ventes publiques ne font pas ça, officiellement »³¹¹.

LA GALERIE : UN ESPACE HUMAIN

La galerie est un espace de rencontres : entre le galeriste et l'objet, entre le collectionneur et l'objet, mais aussi entre le galeriste et le collectionneur. Le facteur humain, l'objet étant personnifié, est au centre de la conception de la galerie ; comme la passion s'illustre dans l'attachement que le galeriste possède pour l'objet, la qualité de son travail se mesure à son rapport avec les clients. Une relation de confiance et une proximité doivent s'installer entre le galeriste et son client, un avis partagé tant du côté du vendeur que de l'acheteur, comme nous le confirmait Emmanuel Kasarhérou, conservateur du Musée du quai Branly-Jacques Chirac :

« Avoir une proximité avec le marchand est nécessaire. [...] Avec ces collecteurs-là... c'est quelqu'un avec lequel j'ai une relation presque amicale, car s'il y a dans sa démarche quelque chose de commercial, il y a

³¹⁰ Extrait d'un entretien mené avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

³¹¹ Extrait d'un entretien mené avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

aussi une implication humaine. C'est une relation qui peut ne pas être dénuée d'une certaine fraternité ».

La confiance envers le galeriste est centrale, car l'acheteur compte sur le marchand pour le conseiller et s'en remet à son goût et à son jugement. Le galeriste revendique ce suivi sur le long terme et la relation qui peut se tisser entre l'acheteur et lui-même, gage d'une collaboration fructueuse qui peut mener à la constitution de collections importantes :

« Parce qu'un collectionneur qui désire vraiment s'impliquer va faire confiance à un antiquaire de son choix, parce qu'il y a une relation qui s'installe, parce qu'il faut une correspondance au niveau du caractère, de la psychologie, de la philosophie : ma manière d'être, ma sélection d'objets, la manière dont je parle, les mots que j'utilise peuvent ne pas plaire et c'est normal, car on n'est pas universel. On est unique et donc chacun a la possibilité de rencontrer une personne ou plusieurs et de faire un bout de chemin, et c'est ce qui fait une collection. C'est enrichissant pour les deux, je pense, vraiment, c'est ça qui est intéressant pour les deux : on a chacun un peu nos clients privilégiés qui nous disent "j'achète au travers de ton œil, je te fais confiance à toi et pas à un autre". Et d'autres clients font confiance à d'autres. Moi c'est Paul, lui c'est Jacques et le troisième c'est Michel, et chacun a son ou ses clients un peu réguliers »³¹².

Ce discours de la passion et du rapport humain est ce qui pour les galeristes les différencie des maisons de ventes aux enchères. Appuyant sur le contraste, les galeristes insistent sur le rapport long de la relation qu'ils peuvent tisser avec l'acheteur, ce qui leur permet de connaître ses précédentes acquisitions, ses goûts, de l'orienter et d'effectuer une forme de veille, de l'appeler quand il sait qu'un objet qui peut l'intéresser arrive sur le marché : « il n'y a pas [avec les maisons de ventes] ce côté boutique où on peut prendre le café et le marchand vous sort sa pièce de dessous le bureau »³¹³. Selon les marchands, aucune collection ne s'est

³¹² Extrait d'un entretien mené avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

³¹³ Extrait d'un entretien mené avec Emmanuel Kasarhérou à Paris, le 10 septembre 2015. Didier Claes confirme qu'il peut prendre la liberté de choisir à quel collectionneur

constituée uniquement grâce à des ventes publiques : un marchand est toujours derrière toute grande collection :

« Je pense que c'est notre force, c'est notre argument qu'on n'utilise pas assez, on est trop timides encore par rapport à ce que font les salles de ventes. C'est vraiment un suivi, nombreux sont ceux qui ont des parcours comme ça, vous savez on prend un chemin on rencontre quelqu'un, on prend un chemin ensemble, on crée une collection... »³¹⁴.

Finalement, la galerie est une forme de reconnaissance : le marchand a assez de moyens que pour posséder son propre espace et peut alors arborer son nouveau statut :

« Quand j'ai ouvert ma galerie, ça a donné un statut tout de suite et ça a commencé à fonctionner. Et si j'ai encore une galerie aujourd'hui, c'est pour les mêmes raisons parce que j'ai tellement peu de visites que ce n'est pas très rentable. Maintenant, sans galerie, on est quoi ? Un petit malin qui fouine ? Alors qu'on peut être un marchand établi avec pignon sur rue. Ce n'est pas prétexte, je suis content de l'avoir, mais il y a tellement peu de fréquentation que la garder c'est une forme de démarche sociale... »³¹⁵.

La galerie s'apparente dans ce cas³¹⁶ davantage une « démarche sociale » qu'une définition administrative, juridique ou économique de l'activité du marchand. Elle illustre le droit à prétendre au titre de marchand ; elle témoigne de son statut, elle prouve qu'il s'est constitué une clientèle, qu'il a fait des rencontres et a touché aux objets. Elle différencie le galeriste des maisons de ventes en offrant un temps

s'adresser : « quand j'ai un bel objet, forcément tout le monde le veut, mais j'en ferai profiter le client avec lequel j'ai le plus d'affinités » (Extrait d'un entretien mené à Bruxelles, le 9 décembre 2014).

³¹⁴ Extrait d'un entretien mené avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

³¹⁵ Extrait d'un entretien mené avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

³¹⁶ Sur un marché de l'art africain et océanien général, il serait pertinent de considérer davantage les marchands en chambre et les marchands à la sauvette ou présents sur les vides-greniers. Cependant, comme je l'ai exposé dans la partie méthodologique de ce travail, ce segment du marché – s'il a été observé sur mon terrain – n'entretient que peu de relations avec les musées et n'entre donc pas en considération pour l'analyse des relations avec les musées.

long d'acquisition de l'objet, qui permet de tisser un lien avec ces derniers, mais aussi avec les collectionneurs. Le facteur humain est au centre des discours des galeristes qui s'opposent aux maisons de ventes, simples figures d'intermédiaires intéressées par le profit. Sur le marché de l'art, la galerie.

L'IDENTITÉ PROFESSIONNELLE : ENTRE CARACTÉRISATION ET DISCOURS MARKETING

Les discours des marchands soulignent différents points qui constituent selon eux des incontournables de leur identité : ces éléments – héritage familial, lien aux pays, dimension humaine de leur pratique – relèvent bien évidemment d'un discours qu'on pourrait qualifier de « *marketing* », voire de *marketing affectif* quand apparaît le motif de l'attachement personnel et émotionnel aux objets. Le fait de mobiliser ces caractéristiques dans leurs discours permet de reléguer l'argent au second plan, une stratégie qui permet d'esquiver habilement les considérations morales liées à ce champ et que nous verrons plus en détail *infra*³¹⁷. Cependant, cette stratégie n'est pas déployée, selon moi, seulement pour masquer un appât parfois vu comme exagéré du gain, mais sert aussi à caractériser leur pratique. Cette caractérisation se fait par rapport à d'autres acteurs du champ, notamment les maisons de ventes, mais aussi par rapport à d'autres champs artistiques, comme l'art moderne.

Différents points constituant l'identité professionnelle du galeriste d'art africain et océanien sont des éléments classiques, que l'on retrouve chez la majorité des marchands d'art : héritage familial ou porosité des frontières entre marchand et collectionneur, par exemple. Dans le champ de l'objet ethnographique, une caractéristique majeure se dessine cependant : le lien au terrain et à l'expérience, tant sur le lieu de production de l'objet qu'avec l'objet lui-même, ce dernier étant régulièrement personnalisé et perçu comme un acteur à part entière du champ. Cependant, si les deux caractéristiques évoquées plus haut se retrouvent chez d'autres acteurs du marché de l'art général, il reste cependant important de les mentionner ici, puisqu'elles jouent un rôle déterminant dans la structuration et la hiérarchisation du marché.

³¹⁷ Voir Chapitre 5, point Moraliser les transactions marchandes : positionnements légaux, déontologiques et éthiques, p. 350.

Commissaires-priseurs et maisons de ventes

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

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

Les hôtels des ventes désignent un espace abritant les ventes et ne sont en général pas des sociétés de ventes : les hôtels proposent des salles de ventes et d'expositions pour pallier le manque de place récurrent lors des enchères, qui se font classiquement et historiquement au domicile du vendeur. Ainsi, l'hôtel regroupe les enchères et évite aux collectionneurs d'innombrables déplacements. Les hôtels de ventes de Bruxelles et Genève ne proposent aujourd'hui que rarement – pour ne pas dire jamais – des ventes d'art africain et océanien. A Paris, un hôtel des ventes est mondialement connu et accueille régulièrement en son sein des ventes d'art africain et océanien : l'Hôtel Drouot acquis lors de la fondation de la Chambre des Commissaires-priseurs de Paris. Le bâtiment actuel, situé Rue Drouot et inauguré en 1980 par Jacques Chirac, abrite vingt salles de ventes. En 2009, une plateforme est lancée pour permettre la retransmission en direct des

ventes faites à l'Hôtel suivi en 2011 par un service de ventes exclusivement en ligne. *La Gazette de l'Hôtel Drouot* paraît toutes les semaines et résume le programme des salles ainsi que les résultats, s'arrêtant sur certains dossiers thématiques. Plusieurs acteurs se côtoient dans ce lieu : les commissaires-priseurs et crieurs appartiennent à des maisons ou sociétés de ventes et organisent la vente, la dirigent, récupèrent les propositions et offres, les ordres d'achat et les éventuelles avances sur paiement ; les manutentionnaires sont quant à eux employés par l'Union des commissionnaires de l'Hôtel des ventes et sont chargés des déplacements des objets et de leur régie, de la mise sur table et de la mise en salle des objets, de la gestion des réserves et de la délivrance de l'objet à l'acheteur. Lors d'une vente à Hôtel Drouot, les objets sont exposés le jour précédant la vente ainsi que le matin même. Dans le cas de l'art africain et océanien, les ventes sont le plus souvent cataloguées. À l'Hôtel Drouot, des opérateurs de vente volontaire proposent régulièrement de l'art africain et océanien – Binoche et Giquello, Cornette de Saint-Cyr, Pierre Bergé et associés, etc. – et certains de manière beaucoup plus ponctuelle – Ribeyre, etc.³¹⁸.

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

Lorsque le marché français s'ouvre en 2001, le développement est rapide : Christie's ouvre un département d'art africain et océanien à Paris en 2002 lorsque François de Ricqlès qui a orchestré la vente majeure de Goldet³¹⁹ en 2001 devient vice-président de Christie's. Il gère lui-même le département d'art africain et océanien avec un proche collaborateur et orchestre la plupart des ventes. En 2016, Bruno Claessens, ancien chercheur en histoire de l'art africain, prend la tête du département parisien. Sous ses ordres officient encore un chef de département

³¹⁸ Voir *supra*, Chapitre 3, point 3.2.2 Acteurs et échantillonnage, p. 187.

³¹⁹ Les 30 juin et 1^{er} juillet 2001 a lieu la vente de la collection Hubert Goldet pour 13,48 millions d'euros pour 644 lots par la maison de ventes Aguttes à la Maison de la Chimie de Paris.

Europe, faisant aussi la liaison avec Bruxelles, un spécialiste, un consultant et une coordinatrice de vente³²⁰, soit cinq personnes à temps plein.

Ces dates et jalons sont sensiblement les mêmes pour Sotheby's : en 2003 Patrick Caput et Marguerite de Sabran sont engagés pour former le département d'art africain et océanien de Paris. Marguerite de Sabran devient rapidement directrice du département et, avec le départ de Patrick Caput en 2016, l'équipe reste alors composée d'un spécialiste, responsable pour Paris et Bruxelles, d'un *junior cataloger* et d'une administratrice, soit quatre personnes à temps plein.

Depuis leur fondation – en 1740 pour Sotheby's et en 1778 pour Christie's – ces deux maisons entretiennent une concurrence féroce ; les départements d'art africain et océanien n'échappent pas à cette règle. Les ventes aux enchères ont lieu à une journée d'intervalle entre les deux maisons qui se livrent une guerre acharnée : selon le *Rapport sur le marché de l'art tribal, 2000-2015* (Artkhade; Ama et Analytics, 2016), les deux maisons s'accaparent 92% du chiffre d'affaire du secteur en 2013, 88% en 2014. Entre 2000 et 2014, les deux maisons raflent 78% du chiffre d'affaire du marché des enchères de l'art africain et océanien. Sotheby's domine largement en termes de chiffre d'affaire, atteignant 62% du chiffre d'affaire du secteur entre 2000 et 2014, contre 16% pour Christie's. Cependant, Christie's s'en sort mieux sur certains segments du marché – les pièces à moins de 10 000 euros – et possède un taux d'invendus bien inférieur à celui de Sotheby's (trois objets sur quatre sont vendus par Christie's, contre deux sur trois pour Sotheby's). Pour la maison Sotheby's, c'est sa directrice, Marguerite de Sabran, qui a permis une envolée du chiffre d'affaire du département parisien³²¹. La majorité des acteurs s'accordent aussi à dire que son arrivée à la tête du département a permis à Sotheby's de s'imposer sur le marché de l'art africain et océanien en un temps record.

³²⁰ La composition du département ainsi que les *curriculum* et remarques sur chaque collaborateur sont publiés sur les sites internet des maisons de ventes : <http://www.christies.com/departments/African-and-Oceanic-Art-57-1.aspx> pour Christie's et <http://www.sothebys.com/en/departments/african-oceanic-art.html> pour Sotheby's [consultés pour la dernière fois le 28 avril 2018].

³²¹ La maison mère parle d'une multiplication du chiffre d'affaire par 300% grâce à Marguerite de Sabran : <http://www.sothebys.com/en/specialists/marguerite-de-sabran/bio.html> [consulté pour la dernière fois le 28 avril 2018].

Perméabilité des frontières

Cette catégorisation ainsi que les définitions que nous avons vues, permettent de différencier les marchands, galeristes, commissaires-priseurs et maisons de ventes, légalement et professionnellement, d'un point de vue externe et interne. Le galeriste est souvent désigné ou auto-désigné l'héritier d'une passion et d'une pratique familiale, qui lui octroie une compétence quasi innée avec les objets ; il a une connaissance, de terrain et théorique ; il entretient un lien aux objets, qui s'inscrit dans une temporalité longue rendue possible par l'espace de monstration et de stockage qu'il possède de façon pérenne, par opposition aux maisons de ventes qui ne seraient que des intermédiaires de très court terme, intéressées par leur seul profit. Il a par contre le droit de ne pas afficher ses prix³²² et ses marges ne sont pas fixées officiellement, contrairement aux maisons de ventes qui doivent faire preuve d'une totale transparence (marges, estimations, résultats de ventes) et qui appartiennent à des sociétés, ou sont composées par des corps professionnels très structurés comme l'est celui des commissaires-priseurs (Quemin, 1997) ou celui de l'Union des commissionnaires de l'Hôtel Drouot.

Cependant, ces frontières peuvent se brouiller : nous avons vu la frontière très mince existant entre collectionneur et galeriste, tous deux étant motivés par les mêmes critères définissant selon eux la passion ainsi que par le désir de posséder les objets et d'entrer en relation avec eux. Cependant, si tous les marchands se disent collectionneurs, ils indiquent dans leur récit toujours tenter de diriger leur collection sur des sphères extérieures à l'art africain et océanien : le design, l'art contemporain, la peinture flamande, etc. Force est de constater que ces discours contrastent cependant avec certaines pratiques, puisqu'il n'a jamais été rare d'observer des pièces à côté de la télévision dans les intérieurs personnels de

³²² Les lois des trois pays sur la transparence des prix et la publicité indiquent que les galeries d'art peuvent ne pas afficher les prix des objets présentés, mais tenir des listes de prix séparées. Pour la France, la *Circulaire du 19 juillet 1988 portant application des dispositions de l'arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix* (III, d) ; pour la Belgique, l'obligation d'affichage du prix n'est plus obligatoire à partir de 1500 euros pour les objets d'art ; pour la Suisse, l'*Ordonnance sur l'indication des prix 942.211 (OIP) du 11 juillet 1978* indique que, pour les antiquités et objets d'art supérieurs à 5000 CHF, l'affichage peut être indiqué sous n'importe quelle forme pourvu que les indications soient « faciles à consulter et aisément lisibles » (article 7, alinéa 3).

galeristes. La frontière est très mince entre un objet collectionné pour soi ou stocké chez soi dans l'attente d'une vente.

En outre, si les enchères semblent relever de la maison de ventes et la vente de gré à gré au marchand, il faut aussi savoir que les commissaires-priseurs et les maisons de ventes sont habilités à effectuer des ventes de gré à gré lorsque la vente aux enchères est annulée ou a échoué, ce que les marchands dénoncent avec véhémence :

« Je suis remonté ferme contre les ventes publiques aujourd'hui, qui ont aussi un rôle de marchand. Ils négocient aussi des pièces à l'achat et à la vente avec commissionnement. [...] Quand la vente publique dit "on peut vendre en ventes publiques et on peut vendre en vente discrète", c'est une concurrence déloyale »³²³.

Maisons de ventes et marchands sont donc en concurrence alors qu'ils ne fonctionnent normalement pas sur les mêmes plans et de la même façon. En outre, les maisons de ventes tentent de contrer les arguments avancés par les galeristes à propos de leur connaissance des objets : ainsi, même si le temps effectif de possession des objets est court, Marguerite de Sabran, responsable du département chez Sotheby's, appuie le fait qu'eux aussi tissent une relation avec l'objet :

« A partir du moment où elle nous est confiée, on a un rapport très particulier, extrêmement personnel et très fort, avec l'œuvre qui nous est confiée et pour laquelle souvent on s'est battu, on s'est défendu : pour le sélectionner, pour le présenter dans notre monde, pour l'avoir à telle estimation, parfois contre des marchands ou contre d'autres maisons de ventes aux enchères. Il y a quelque chose de très particulier, on a un rapport qui devient très personnel avec les œuvres »³²⁴.

Pour les galeristes, souvent responsables seuls ou avec un assistant de leur propre commerce, les maisons de ventes sont de véritables « machines de guerre »,

³²³ Entretien avec un galeriste bruxellois, 9 décembre 2014.

³²⁴ Extrait d'un entretien mené avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

structurées, comme nous l'avons vu³²⁵, en différents départements, possédant déjà un répertoire de clientèle, une stratégie marketing, des fonds très importants et des ressources – humaines et techniques – pour effectuer les recherches documentaires nécessaires sur chaque objet. On peut entrepercevoir ici une tension importante entre les deux acteurs principaux du marché, due à une porosité importante des frontières. Elle structure une grande partie du marché de l'art africain et océanien.

4.2.2 Segments de marchés

« Après, il y a différents marchés, donc ça dépend, quel marchand, quel marché, quel segment de marché. C'est vrai que le segment au top marche de mieux en mieux et il marchera de mieux en mieux, mais ça concerne très peu de personnes et très peu d'objets. Le moyen, il souffre aujourd'hui pour plein de raisons, mais pour moi ce n'est pas définitivement mort »³²⁶.

Lorsque l'on cherche à savoir si le marché de l'art africain et océanien est aujourd'hui un marché qui fonctionne, les deux réponses possibles cohabitent généralement : non, le marché est en crise - oui, le marché s'envole. C'est que les deux réponses ne sont pas contradictoires et que ce marché est loin d'être homogène ; au contraire, il est constitué de plusieurs segments, types d'objets, types d'acheteurs et types de vendeurs. Il est difficile pour cela de se fonder sur des données chiffrées ou objectives, car comme cela a déjà été dit à plusieurs reprises, il est difficile d'avoir accès aux chiffres de ventes des marchands et des galeristes. Ainsi, pour différencier ces segments de marchés, je me suis basée principalement sur les discours des acteurs concernés ainsi que sur des entretiens d'experts d'où leurs caractéristiques basées sur des types de discours : le discours de la crise pour le marché moyen aujourd'hui et le discours de la sélection porté sur le segment haut, communément désigné dans le milieu comme *l'upper market*.

³²⁵ Voir *supra*, point Commissaires-priseurs et maisons de ventes, p. 253.

³²⁶ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Cuénot à Paris, le 31 octobre 2016.

Le marché moyen et le discours de la crise

Le marché moyen est constitué par la majorité des pièces vendues ; ces dernières se situent dans une fourchette entre 1000 et 25 000 euros – 10 000 euros selon Art Media Agency qui situe en 2016 le marché moyen dans les lots vendus en dessous de 10 000 euros³²⁷. Pour les galeristes, le segment moyen peut monter jusqu'à 25 000 euros. Ce segment moyen représente la grande majorité des échanges effectués sur le marché : 93,8% des objets ont été échangés en dessous de 10 000 euros en 2016 sur le marché de l'art africain et océanien, mais ils n'ont représenté que 11,6% du chiffre d'affaire mondial. Il s'agit de la fourchette de prix généralement pratiqués en galerie et de la majorité des lots vendus en ventes aux enchères³²⁸.

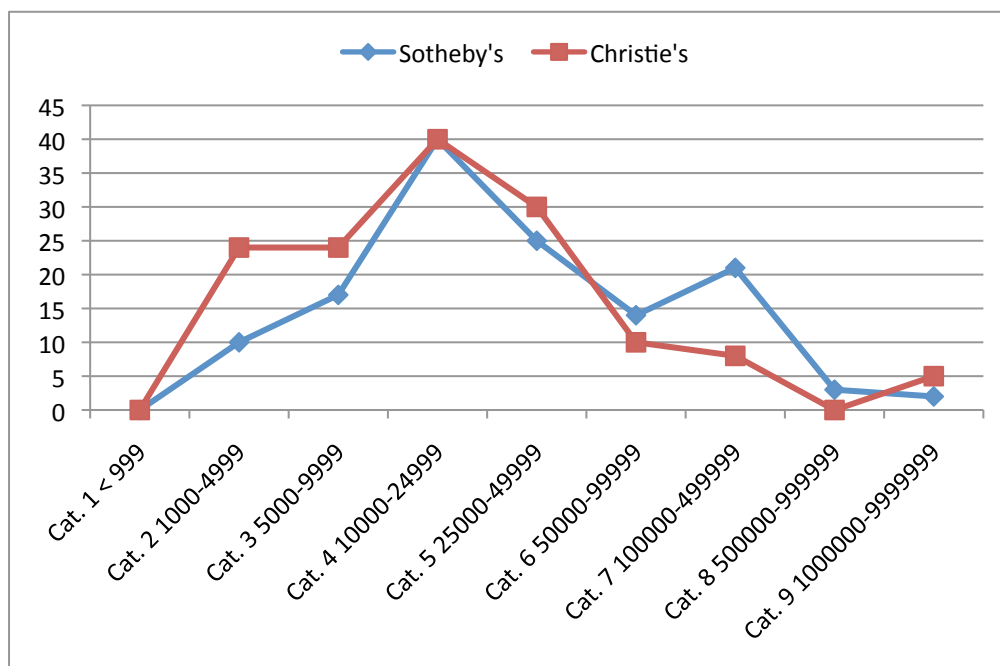


Fig. 8: Nombre de lots mis à la vente selon les catégories de prix (en euros) à Christie's et Sotheby's en 2015

³²⁷ <https://fr.artmediaagency.com/127643/le-marche-de-lart-tribal-aux-encheres-en-2016/> [consulté pour la dernière fois le 18 avril 2018].

³²⁸ Voir fig. 8 et 9 pour Christie's et Sotheby's, mais aussi, 10 à 12 pour les autres maisons de ventes aux enchères.

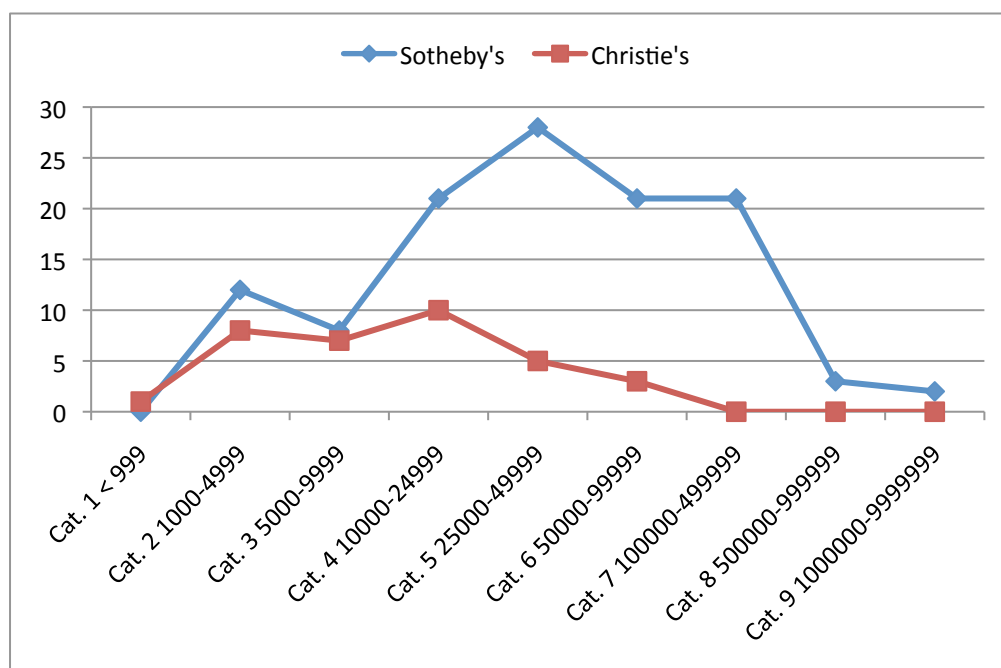


Fig. 9: Nombre de lots mis à la vente selon les catégories de prix (en euros) à Christie's et Sotheby's en 2016

Il existe aussi une autre façon d'identifier si un objet appartient au segment moyen ou non : la récurrence de sa présence sur le marché, comme l'explique Lucas Ratton : « les objets moyens reviennent sur le marché : c'est un cycle de cinq ans, dix ans »³²⁹. Plus un objet reste longtemps dans une collection, plus il acquiert de la valeur ; la présence répétée d'un objet sur le marché est suspecte et le dévalorise. Parce que, explique Lucas Ratton, « les beaux objets ne sont pas à vendre ».

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

Pour les acteurs du champ de l'art africain et océanien, les beaux objets deviennent rares ; cet argument se déploie sur deux axes : tout d'abord, les objets dans cette fourchette de prix perdent en qualité et, deuxièmement, l'offre des objets moyens de qualité devient de plus en plus rare sur le marché. Plusieurs facteurs sont avancés pour justifier la raréfaction des objets : le nombre de

³²⁹ Extrait d'un entretien mené avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

collectionneurs en hausse, mais aussi le fait que les objets de qualités sont interceptés par les salles de ventes. La crise touche donc majoritairement les galeristes, principaux acteurs du secteur moyen. Ils pointent le fait que l'achat auprès des fournisseurs devient de plus en plus ardu et qu'ils assistent à « une raréfaction des objets »³³⁰ dont la majorité serait sortie de leur pays d'origine et ne se trouverait plus que dans les collections européennes :

« Clairement aujourd'hui on se bat pour trouver des objets. Ah clairement !
Le vrai problème du métier aujourd'hui, ce n'est pas de vendre, c'est d'acheter. C'est la chose la plus compliquée. De trouver et d'acheter »³³¹.

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

« Aujourd'hui, c'est fini tout ça : le vrai collectionneur il ne veut pas cinquante masques africains, il en veut trois, mais il veut les trois meilleurs. Parce que quand vous avez une collection de cinquante objets, vous n'avez pas cinquante chefs-d'œuvre. En tout cas, il y a vingt ans ce n'était pas comme ça : sur cinquante, vous aviez peut-être trois chefs-d'œuvre, cinq très, très beaux, vingt beaux, dix moyens, dix pas terrible et trois faux. On va dire ça. Aujourd'hui le collectionneur qui a les moyens, eh bien, il veut trois tops, parce qu'à côté de ça, il veut de l'art moderne top, ou de l'art contemporain top »³³².

Les effets de mode sont aussi régulièrement avancés comme des facteurs d'appauvrissement de l'intérêt des collectionneurs pour ce champ de l'art, d'une part, ou comme des facteurs de l'appauvrissement de pièces spécifiques – de régions, de *pedigree*, etc. – dû à un intérêt marqué par les collectionneurs pour ces objets-là en particulier. Les musées ont ici un rôle à jouer, puisque pour la

³³⁰ Extrait d'un entretien mené avec un marchand bruxellois le 12 juin 2015.

³³¹ Extrait d'un entretien mené avec un marchand parisien le 24 novembre 2015.

³³² Extrait d'un entretien mené avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

majorité des galeristes, les expositions proposées par les musées d'ethnographie permettent, tout d'abord, de garder intact l'intérêt des gens pour l'art africain et océanien, voire de développer d'autres intérêts, pour des objets peu cités, peu montrés ou peu demandés habituellement :

« Je pense que les musées et les expositions participent quand même à ce que ce domaine reste d'actualité et qu'on en parle. Le quai Branly communique bien sur les expositions. Il faut qu'ils se disent que ça peut avoir un côté cool à collectionner de l'art premier ce qui n'est pas forcément trop le cas, en tout cas c'est moins le cas, que collectionner de l'art contemporain parmi les jeunes qui ont de l'argent »³³³.

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

Une modification des collectionneurs

Pourquoi des collectionneurs achètent aujourd'hui de l'art africain et océanien ? Si Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini ont largement développé les réponses à ces questions dans leur recherche sur les collectionneurs (2008), il apparaît intéressant pour cette recherche de s'arrêter plus spécifiquement sur deux réponses majeures apportées par les recherches sur les collections, d'art en général ou d'objets ethnographiques en particulier : un axe économique et un axe social.

Le premier facteur évoqué est celui de l'investissement : de façon générale, l'art est un moyen de placement et un secteur fort de l'économie, en témoigne le vocabulaire qui lui est fréquemment associé : cote des artistes, plus-value des œuvres, crash ou boom du marché... De nombreuses revues spécialisées proposent de suivre l'évolution du secteur, la cote des artistes et des œuvres, afin

³³³ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Cuénot, fondateur et directeur d'Artkhade, à Paris, le 31 octobre 2016.

d'effectuer les meilleurs placements à long ou court terme³³⁴. Avec l'essor du numérique, ces outils se sont automatisés et perfectionnés, donnant naissance aux bases de données de prix des enchères, aux comparaisons entre ventes ou aux alertes concernant certaines modifications du marché. *Artprice*, leader du marché dans ce secteur, est aussi devenu une source d'informations précieuse, compilant et publiant un grand nombre de ses données en *Rapports annuels sur le marché de l'art*³³⁵. Comme l'immobilier, l'art est un secteur perçu comme sûr et en constante augmentation ; après les répercussions de la guerre, puis de la crise économique, les investisseurs ont donc été de plus en plus nombreux à se tourner vers ce type de valeurs refuges. L'art africain et océanien ne fait pas exception à cette règle, même si l'argument n'est évoqué que du bout des lèvres par les marchands :

« Maintenant c'est aussi devenu un investissement pour certains, c'est sûr, l'art d'Afrique est devenu un investissement »³³⁶.

« Ce que je peux vous dire, c'est que les gens qui ont acheté des vrais objets chez des vrais marchands en l'espace de cinq ans sont très contents d'avoir eu ça plutôt que des actions des banques. Surtout après le crash qui s'est passé ces dix dernières années »³³⁷.

Dans son ouvrage majeur *Le marché de la peinture en France* (1967: 58), Raymonde Moulin souligne combien les pratiques fiscales et légales peuvent influencer la structure du marché :

« Au terme de son étude sur *L'Économie du goût*, Gérald Reitlinger fait judicieusement ressortir l'influence que des décisions générales d'ordre économique et fiscal ont exercée à plusieurs reprises dans le passé sur le marché de l'art. [...] En France, l'absence d'impôt sur la plus-value en

³³⁴ Ainsi la *Gazette de l'Hôtel Drouot*, le *Moniteur des ventes*, *Galerie des Arts*, *Réalités*, *Le Marché des Arts*, ou les rubriques spécialisées dans la presse générale : *Le Figaro*, *Le Monde*, *Connaissance des Arts*, etc.

³³⁵ Ces rapports sont en outre diffusés en *open access* sur leur site : <https://fr.artprice.com/artmarketinsight> [consulté pour la dernière fois le 28 avril 2018].

³³⁶ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

³³⁷ Extrait d'un entretien mené avec un galeriste bruxellois, le 25 janvier 2015.

capital joue en faveur du marché. Un collectionneur français qui revend très cher une toile achetée bon marché n'est pas, à la différence du collectionneur américain, imposable ».

Cette observation fiscale faite par Raymonde Moulin en 1967 est inchangée : en 2014, un amendement pour faire entrer les collections dans la fortune, proposé par l'UDI (parti centriste en France), est balayé par les députés français. Les collections et œuvres d'art ne font pas partie de la fortune imposable en France par l'ISF. La situation est la même en Suisse et en Belgique. L'impôt sur les achats et les œuvres n'intervient que s'il s'agit de l'activité lucrative principale du particulier ou de l'entreprise, par exemple, pour un marchand ou un galeriste.

Les dons et le mécénat ont aussi été encouragés depuis les années 2000. En 2003 et 2005, deux lois promulguent en France la défiscalisation des dons et des soutiens aux achats des musées³³⁸. En Suisse, bien que la législation fiscale soit cantonale, les dons faits en faveur des musées sont généralement déductibles des impôts, à condition que l'institution soit reconnue d'ordre public. En théorie, la législation belge ne diffère pas grandement³³⁹ : l'institution doit être agréée par l'État et, si le don n'est pas fait en espèce, mais en œuvre d'art, le ministre des Finances doit reconnaître cette œuvre comme « appartenant au patrimoine culturel et mobilier du pays ou comme ayant une renommée internationale » et fixer « la valeur de ces œuvres d'art en argent »³⁴⁰.

Krzysztof Pomian relève l'importance de plus en plus grande du rôle joué par l'argent dans l'accès aux objets (1987: 55) : certaines catégories d'objets, les tableaux et les œuvres d'art ancien, se retrouvent parfois rapidement hors d'atteinte de certains consommateurs, au vu de la surenchère constante et grandissante sur le marché de l'art. Des catégories d'objets considérés comme de

³³⁸ 66% de réduction des sommes versées dans la limite de 20% du revenu imposable pour les particuliers et 60% dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaire pour les entreprises (Loi n° 2003-1311 du 1er août 2003 en faveur du mécénat, loi de programmation pour la cohésion sociale n° 2005-32 du 18 janvier 2005 et les articles 200 et 238bis du Code Général des Impôts).

³³⁹ Même si elle est légèrement moins avantageuse : 45% de réduction du montant n'excédant pas 10% du revenu net.

³⁴⁰ Service public fédéral des Finances de Belgique.

moindre importance sont donc investies par les collectionneurs. Cependant, Pomian, relève que dès qu'un type d'objet se répand dans les collections, les détenteurs du pouvoir scientifique et artistique s'y intéressent, faisant ainsi augmenter la surenchère. Selon lui, le processus de légitimation naît donc chez les collectionneurs et marchands qui investissent des franges délaissées du marché, ce qui attire l'intérêt des milieux scientifiques. La reconnaissance provient ainsi des milieux privés, une idée qui gouverne l'histoire du champ de l'objet ethnographique (par exemple, chez Estelle Fossey (2011). Selon cette théorie, la montée sur les marchés de l'art des objets ethnographiques est due à une forme de saturation des marchés classiques et l'intérêt scientifique et académique provient de l'intérêt grandissant des marchés pour ces objets ; cependant, comme nous le verrons *infra*³⁴¹, cette théorie ne prend pas en compte la complexité des échanges entre le marché, l'université et le musée.

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

« La population des personnes qui achètent a vraiment changé. Avant on avait des psychologies de type professeur Tournesol, qui arrivaient qui avaient une culture très importante, qui arrivaient dans une galerie, regardaient un objet... ils achetaient avec les yeux. Cette même personne aujourd'hui, c'est celui qui vend »³⁴².

« Maintenant, il y a des ventes très importantes d'objets très importants où on obtient des prix extraordinaires pour des objets extraordinaires qui sont payés par des gens qui ne viennent pas de notre culture. "Des gens qui ne viennent pas de notre culture", c'est-à-dire des gens qui n'ont pas le profil

³⁴¹ Voir *infra*, point Système de hiérarchisation des acteurs, p. 272.

³⁴² Extrait d'un entretien mené avec Judith Schoffel de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

des anciens collectionneurs qui connaissaient, se renseignaient, voyageaient, qui allaient dans les galeries, et qui savaient ce qu'ils achetaient »³⁴³.

L'argent semble s'opposer, dans ce discours, à la connaissance. Pourtant cette dernière est aussi mobilisée comme signe de pouvoir ou d'appartenance à un groupe : « Ça, ce n'est pas cher, si tu veux avoir quelque chose qui claque dans ton appartement ! »³⁴⁴, me conseillait un collectionneur devant l'étalage des objets fait par un vendeur de rue. C'est que l'objet de collection n'est pas seulement un investissement économique : il est aussi, sans aucun doute, un insigne du pouvoir et d'appartenance à une certaine classe ou groupe social. Pomian va encore plus loin en attribuant même la naissance des collections à la volonté de manifester son appartenance à un groupe particulier (Pomian, 1987: 45) :

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

La collection permet aux détenteurs du pouvoir, où à ceux qui le revendiquent, de montrer leur position dominante, par leurs ressources financières (ils ont la capacité d'acquérir des objets de valeur), mais aussi par leurs ressources intellectuelles (ils possèdent le savoir, l'éducation et le talent pour reconnaître les objets de valeur). Nous avons vu à quel point les collections ethnographiques sont sujettes à des enjeux géopolitiques importants – colonisation, reconnaissance, diplomatie, relations internationales, etc. – et leur arrivée dans les collections, qu'elles soient publiques ou privées, n'échappe pas à des enjeux sociaux qui interviennent à différentes échelles : à l'échelle du collectionneur et à l'échelle du pays ou de l'État. Trois registres sont fréquemment mobilisés pour justifier des acquisitions et de l'arrivée d'objets ethnographiques dans des collections privées

³⁴³ Entretien avec un galeriste bruxellois, le 26 janvier 2015.

³⁴⁴ Entretien mené avec un collectionneur d'art africain à Paris, le 6 octobre 2015.

ou publiques : le registre de la *connaissance* met en avant l'importance des objets ethnographiques dans le développement de l'art moderne et contemporain et valorise donc l'acquéreur comme *connaisseur* ; le registre de *l'opposition* adopte la vision anti-académique que l'histoire du champ véhicule³⁴⁵ et valorise l'acquisition de l'objet comme une façon de détourner les codes et les normes du champ culturel classique ; le registre du *sauvetage* mobilise les arguments de la conservation des objets et de leur préservation grâce à leur arrivée en Europe, loin des contextes politiques parfois violents de leur pays d'origine³⁴⁶.

Cette crise du segment moyen du marché et cette modification de la clientèle ont diverses conséquences, car les galeristes ont cherché à développer des stratégies pour contrer ces changements qui les affectent particulièrement. La première solution envisagée est celle d'ouvrir de nouveaux marchés et d'essayer de vendre des objets habituellement peu recherchés par les collectionneurs : cette stratégie a l'avantage, pour le galeriste, d'écouler des stocks de pièces moins importantes et, si elle fonctionne, de créer une clientèle spécifique et de devenir le *leader*, voire d'asseoir un monopole, sur une catégorie particulière d'objets. La deuxième stratégie consiste à modifier la qualité des pièces habituellement proposées en galerie : d'une fourchette de prix moyens, le galeriste peut ainsi baisser en qualité et proposer des objets habituellement vendus en vide-greniers ou marchés aux puces ou, au contraire, essayer de concurrencer les maisons de ventes en jouant sur un discours de la sélection et de la qualité des pièces proposées :

« Comme la qualité se perd, on a tendance à se reconforter avec des objets moins bien, mais il ne faut pas tomber dans le panneau. C'est ça qui est dangereux : comme il y a moins d'objets beaux, de réduire la qualité. [...] Quel est l'objectif ? Ça serait de continuer ce qu'on fait, mais de façon de plus en plus élitiste. De monter en gamme »³⁴⁷.

³⁴⁵ Voir *supra*, Chapitre 2, point L'art moderne, terreau de la reconnaissance ?, p. 131.

³⁴⁶ Pour davantage de détails sur les collectionneurs d'objets ethnographiques et leurs motivations, voir le travail de Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008).

³⁴⁷ Extrait d'un entretien mené avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

En conclusion domine, sur ce segment du marché, un discours de la crise devant laquelle les galeristes, principaux touchés, se sentent relativement démunis : « Mon métier a changé : travailler en galerie n'est plus autant porteur »³⁴⁸. Souvent issus de générations où l'art africain et océanien avait le vent en poupe et où les objets étaient facilement dénichables, la majorité des galeristes interrogés tiennent aujourd'hui un discours souvent désabusé, voire défaitiste, où le marchand semble être en lutte perpétuelle face aux changements du secteur et face à la montée d'un segment haut du marché, majoritairement monopolisé par les maisons de ventes aux enchères.

L'upper market et le discours de la sélection

L'upper market, secteur « haut de gamme », se caractérise par un nombre limité de pièces vendues aux prix les plus élevés sur le marché. Sur le marché de l'art africain et océanien, le haut de gamme se situe sur des catégories de prix supérieurs à 20 000 euros environ, cette marge étant discutée et variable selon les personnes interrogées.

Ce segment est aujourd'hui unanimement reconnu comme le segment occupé par les maisons de ventes aux enchères où, comme nous l'avons vu *supra*, le prix moyen de vente tournait autour de 30 000 euros. Selon le *Rapport sur le marché de l'art tribal, 2000-2015* (Artkhade; Ama et Analytics, 2016), Sotheby's et Christie's effectuent la majorité de leur chiffre d'affaire sur les objets au-dessus de 100 000 euros ; les deux maisons de ventes aux enchères s'accaparent même plus de 75% de tous les lots vendus au-dessus de 100 000 euros sur le marché mondial.

Tendre vers *l'upper market* est une stratégie en deux temps qui consiste, premièrement, à diminuer le nombre d'objets mis en vente et, deuxièmement, à augmenter leur qualité. Depuis les années 2000, Christie's et Sotheby's ont ainsi graduellement diminué le nombre de lots mis en vente et augmenté les prix : entre 2005 et 2009, le volume des pièces vendues est en moyenne de 2 200, alors qu'il est aujourd'hui de 1 400 en France, idem pour New York. De deux-cent-cinquante pièces proposées à chaque vente, Christie's et Sotheby's proposent aujourd'hui en

³⁴⁸ Extrait d'un entretien mené avec Pierre Loos à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

général entre cinquante et quatre-vingts lots au maximum à chaque fois. Cependant, les chiffres d'affaire des maisons de ventes se maintiennent, indiquant que les deux maisons se focalisent de plus en plus sur le segment haut du marché où ne se côtoient que les pièces de grande valeur.

Ces deux axes – qualité et raréfaction – se retrouvent dans les discours des maisons de ventes qui labellisent cette stratégie en tant que « stratégie de la sélection » :

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

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

« Dans toutes les gammes de prix. Ce n'est pas seulement de s'attacher à un objet, au chef-d'œuvre qui va être estimé à 100 000, 200 000, un million d'euros. Même un objet à 2000 euros, il faut que ce soit quelque chose de remarquable, pour une raison ou une autre, c'est remarquable. Et ça on a resserré de plus en plus. [...] Sotheby's, à partir de 2004 à peu près, a dit "on resserre sur la qualité". Donc on n'est pas dans les petits objets, donc on va se spécialiser par rapport à notre principal concurrent sur les œuvres de meilleure catégorie ».

Ce discours de la sélection permet ainsi de mettre en avant n'importe quel objet, peu importe son prix : l'objet est *sélectionné*³⁴⁹ comme étant le meilleur de sa catégorie particulière. Force est cependant de constater que la majorité des lots dispersés par le duopole du marché se situent entre 10 000 euros et 500 000 euros (fig. 8 et 9) et que les deux maisons sont quasiment les seuls acteurs du marché à atteindre régulièrement des prix supérieurs au million.

Ce discours de la sélection mobilisé par les maisons de ventes aux enchères s'est répandu sur l'ensemble du marché et chez les autres acteurs du champ. Les galeristes notamment qui, comme nous l'avons vu *supra*, ont développé un certain nombre de stratégies afin de contrer la crise du segment moyen mobilisent de plus en plus le discours de la sélection, tentant de s'approprier les miettes de l'*upper market* pour contrer les maisons de ventes aux enchères³⁵⁰.

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

« Il y a un truc qui s'est passé ces dernières années sur l'art primitif qui est important à comprendre : on a vu arriver des collectionneurs d'art contemporain. Ça, ça a complètement changé le marché. Ça commence à la fin des années quatre-vingt. Ces collectionneurs se sont aperçus qu'ils pouvaient avoir de très, très bons objets, absolument fabuleux, pour quoi cent mille, deux cent mille dollars à l'époque, qui étaient déjà des prix qui pour nous étaient complètement effrayants, mais c'était rien. Voilà ils sont arrivés sur ce marché. Et j'ai vu des collections américaines, avec tout ce qu'il faut et, à côté, il y a une sculpture africaine. Ça a complètement changé les choses »³⁵¹.

³⁴⁹ Selon quels critères ? C'est ce que nous verrons *infra*, Chapitre 5, point Définir des critères, p. 363.

³⁵⁰ Ce discours apparaît dans la totalité des entretiens menés avec les responsables de départements des maisons de ventes aux enchères et dans un peu moins de la moitié des entretiens menés avec les galeristes.

³⁵¹ Extrait d'un entretien mené avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

La stratégie des maisons de ventes a un impact profond sur l'ensemble du marché : en quelques années, elles sont devenues des acteurs majeurs du champ, définissant des codes, des moments forts et des standards, haussant les prix et diversifiant la clientèle, comme le résume efficacement Philippe Peltier, conservateur des collections Océanie du Musée du quai Branly-Jacques Chirac³⁵² :

« Ils [les maisons de ventes] ne vendent pas toutes les pièces, ils écrèment et ce qui passe en vente c'est la crème de la crème. Et aussi autre chose : ils ont tous les fichiers. Un marchand d'art primitif n'a pas forcément accès à un marchand d'art contemporain, Sotheby's il l'a. Il a tout le fichier des gens qui ont déjà acheté, qui achètent régulièrement, etc. Le plus important c'est qu'ils ont accès aux listes et ils décrochent leur téléphone en disant "nous on a, on va passer ça en vente, c'est une pièce, je sais que vous êtes intéressés, qu'est-ce que vous recherchez", etc. Ça, ça va continuer à monter. On n'est pas au niveau de l'art contemporain et tant qu'on n'est pas à ce niveau, ça continuera à monter ».

Les maisons de ventes n'ont pas seulement modifié le marché, elles se sont aussi pourvues d'une image à laquelle il est bon de s'associer : « dans plein de choses, on gagne à être associés à Sotheby's, qui véhicule une idée d'excellence »³⁵³. Les galeries sont ainsi moins fréquentées, ce qui oblige les marchands à développer de nouvelles stratégies, telles que la participation aux événements, comme nous le verrons *infra*³⁵⁴.

4.2.3 Bilan : fonctionnements actuels et développements futurs

Cette cartographie du marché de l'art africain et océanien permet de comprendre le fonctionnement de ce marché, les différents liens qui se tissent entre les différents protagonistes du champ, et les enjeux et rapports de pouvoir inhérents à ces liens. Ce bilan peut ainsi se découper en deux parties : j'exposerai dans un premier temps les fonctionnements actuels qui, s'ils ont été jusqu'ici

³⁵² *Idem.*

³⁵³ Extrait d'un entretien mené avec Elena Martinez-Jacquet à Paris, le 27 novembre 2015.

³⁵⁴ Voir *infra*, point 4.3.1 Les galeristes et les foires, p. 284.

principalement décrits comme une hiérarchie pyramidale, relèvent selon moi davantage d'un rhizome complexe d'influences. Finalement, je me pencherai rapidement sur les perspectives d'évolution du marché le plus souvent citées par les acteurs, afin de comprendre quelle est la direction que doit prendre le marché de l'art africain et océanien selon eux.

Système de hiérarchisation des acteurs

La structure du marché apparaît donc comme une pyramide, avec à sa base de nombreux marchands à la sauvette ou aux puces, un milieu constitué de galeristes et un sommet où ne se côtoient que quelques maisons de ventes aux enchères. Une tension apparaît entre ces différents segments, notamment entre le moyen et le haut, comme nous l'avons vu : accusations de concurrence déloyale, de perte de vitesse du marché ou de création d'un marché à deux vitesses. Ce système voit se répartir des vendeurs différents pratiquant des prix différents à des acheteurs différents, conservant cependant une relative homogénéité dans chaque segment : des connaisseurs achetant en galerie à des prix compris entre 1 000 et 25 000 euros et des investisseurs achetant lors des ventes aux enchères des objets supérieurs à 25 000 euros. Les objets se répartiraient alors sur le marché :

« Les grandes pièces maintenant passent en ventes publiques, parce que quand c'est vraiment le haut du panier c'est là qu'on a le risque de faire les prix les plus hauts et ça ce n'était pas le cas avant. On en trouvait dans le marché privé, on en trouve encore car il y a quelques marchands qui continuent à pouvoir acquérir ce genre de pièces, mais en général, de façon assez intéressante, ils ne les vendent pas aux mêmes prix que les ventes publiques »³⁵⁵.

Ainsi, selon le segment de marché sur lequel l'objet aurait atterri, il ne serait pas évalué de la même manière, ce que relèvent un grand nombre d'acteurs du champ, notamment les galeristes, alimentant la tension avec les maisons de ventes aux enchères :

³⁵⁵ Extrait d'un entretien mené avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

« Quand on a un objet similaire on rêve de pouvoir demander parfois la moitié du prix que ça fait en ventes publiques. Et dans certains cas, on se fait insulter pour demander de tels prix, alors que l'objet qui a 500 000 euros en ventes publiques on se dit "tiens je l'ai eu dans de bonnes conditions est-ce que je vais oser demander 200 000 ?". Non. Et c'est presque deux marchés différents »³⁵⁶.

« Un même objet : on le vend à la galerie avec un prix élevé, on va nous traiter de fous, mais en salle des ventes, il fait un prix record : on applaudit »³⁵⁷.

La valeur des objets se définit notamment par la personne qui le vend, à qui elle le vend et à quel moment. La répartition des acteurs dans la pyramide dépend aussi des moyens dont ils disposent : les différents vendeurs ne possèdent pas tous les mêmes ressources, humaines et techniques, pour acquérir, documenter, mettre en valeur puis trouver de potentiels acheteurs. Les galeristes travaillent souvent seuls, acquérant auprès de fournisseurs, aidés d'un ou deux assistants de galerie pour la documentation et la vente des objets. Les maisons de ventes, n'investissant aucun argent dans l'achat d'objets puisqu'ils ne font office que d'intermédiaires, peuvent disposer de ces ressources autrement et engager davantage de collaborateurs et de moyens. Les manières de travailler diffèrent donc sensiblement.

Lorsqu'un objet traverse cette organisation pyramidale, il acquiert de la valeur au fur et à mesure de son ascension, un processus analysé par Raymond Corbey (1999, 2000) et Christopher Steiner (1991, 1994, 1995) : ce dernier évoque notamment l'exemple d'une pièce en ivoire, vendue trois cents dollars par son fournisseur, lors de son entrée dans la pyramide, et revendue vingt-cinq mille dollars à sa sortie, par une maison de ventes aux enchères (Steiner, 1994: 13). Chaque déplacement de l'objet vers le sommet de la pyramide lui fait prendre de la valeur, puisque chaque médiateur ajoute « an economic value to what they sell

³⁵⁶ Extrait d'un entretien mené avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

³⁵⁷ Extrait d'un entretien mené avec Judith Schoffel de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

by interpreting and capitalizing on the cultural values and desires from two different worlds »³⁵⁸ (Steiner, 1994: 14-15).

Cependant, s'il est indéniable que la hiérarchisation des acteurs du champ s'organise majoritairement en pyramide, il serait erroné d'y voir des segments homogènes et des fonctionnements "en silos" horizontaux. L'observation des acteurs du champ et de leur pratique permet en effet de nuancer cette position sur plusieurs points. Il apparaît premièrement que les prix élevés de certains objets, s'ils sont élevés, peuvent être relativisés : les objets considérés comme bons sur le marché ont en effet toujours été très chers, au regard de la valeur de l'argent et l'art en général au même moment³⁵⁹. En outre, l'observation des ventes effectuées dans le domaine entre 2014 et 2017 montre qu'il existe des ventes pour tous les prix et que les maisons de ventes aux enchères ne vendent pas forcément à des prix élevés (fig. 10, 11 et 12). Plus encore, ces statistiques montrent que la majorité des objets proposés aux enchères sont vendus pour des prix inférieurs à mille euros et plus de trois quarts pour des prix inférieurs à 5000 euros. Cette réalité est cependant fortement occultée par la prééminence de Sotheby's et Christie's qui, comme nous l'avons vu, monopolisent les segments hauts du marché, donnant l'impression que ces derniers sont occupés uniquement par les maisons de ventes et que les segments bas ne relèvent pas de ce système de vente. Finalement, les statistiques des ventes des années 2014 à 2015 montrent que de plus en plus de maisons de ventes aux enchères organisent des ventes d'art africain et océanien et que quelques-unes commencent à vendre davantage de lots dans des catégories supérieures (fig. 13), tendant à des prix moyens qui, s'ils ne sont pas encore ceux de Sotheby's et Christie's, s'en rapprochent (comme Lempertz, Native, Million, Binoche et Giquello ou Cornette de Saint-Cyr).

³⁵⁸ « une valeur économique à ce qu'ils vendent en interprétant et en capitalisant sur les valeurs culturelles et les désirs de deux mondes différents ».

³⁵⁹ Ainsi, la base de données Artkhade qui fournit par objet les différents prix qu'il a fait lors des ventes propose aussi un calcul de l'inflation, de façon à « recontextualiser » la montée des prix.

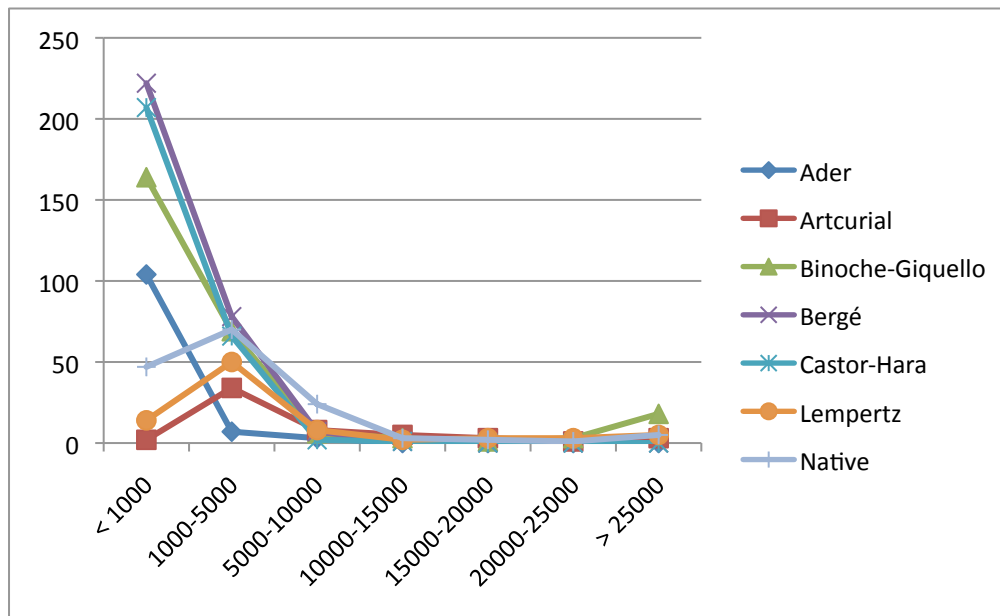


Fig. 10: Nombre de lots vendus dans chaque catégorie de prix (en euros) par les maisons de ventes aux enchères en 2014 - sauf Sotheby's et Christie's

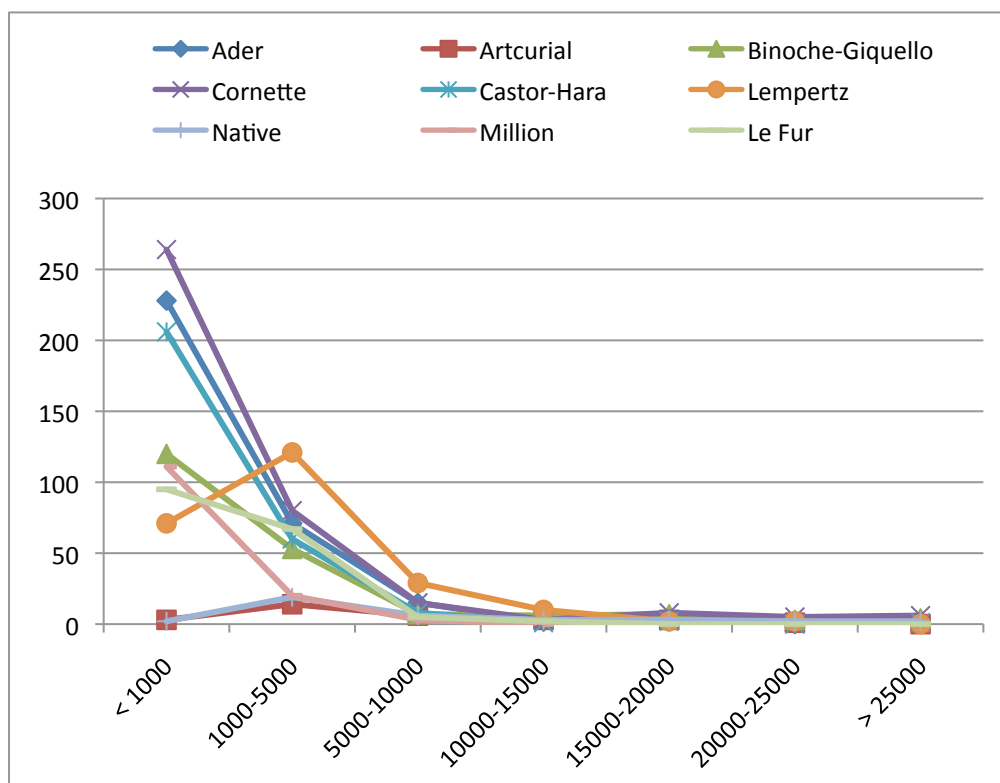


Fig. 11: Nombre de lots vendus dans chaque catégorie de prix (en euros) par les maisons de ventes aux enchères en 2015 - sauf Sotheby's et Christie's

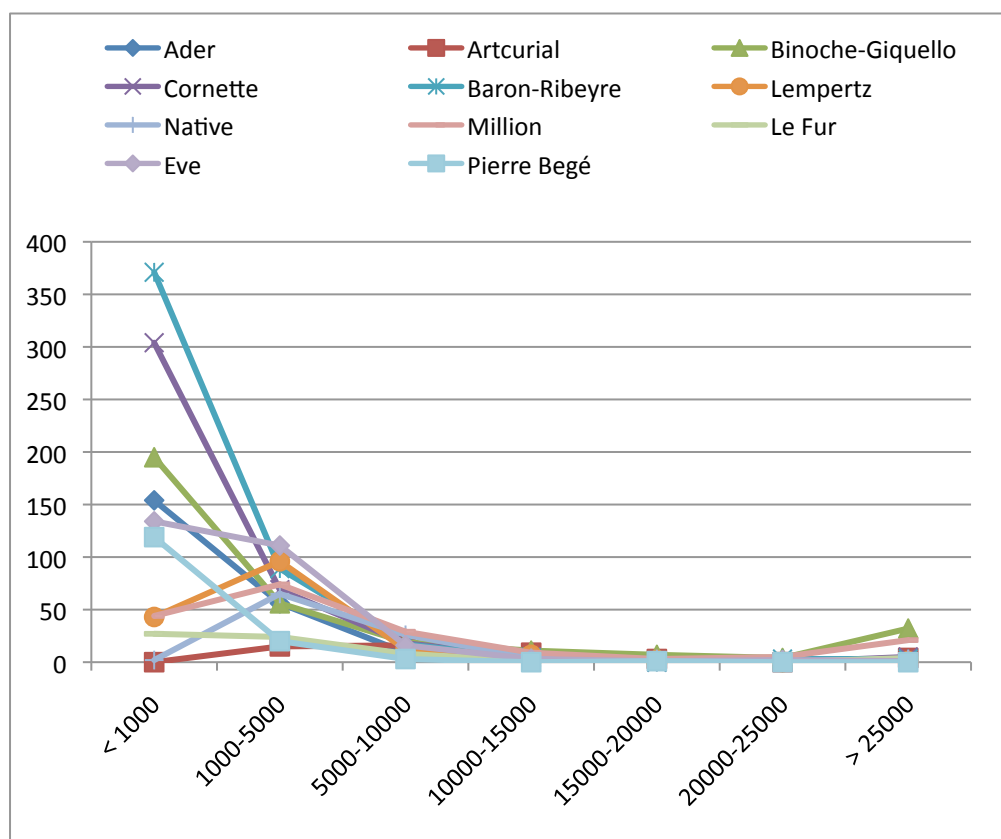


Fig. 12: Nombre de lots vendus dans chaque catégorie de prix (en euros) par les maisons de ventes aux enchères en 2016 - sauf Sotheby's et Christie's

Ces observations font prendre conscience d'une réalité bien plus nuancée que ne la dépeignent les principaux acteurs concernés ou les statistiques : de nombreux recouvrements et liens existent entre les différents « étages » de la pyramide et certains acteurs jouent sur plusieurs registres. Les galeristes sont par exemple loin de constituer un groupe homogène et plusieurs critères les différencient : le fonds de réserve qu'ils possèdent leur permet d'assurer des pièces de plus ou moins grande valeur et définit donc leur statut :

« Parce que bon, le problème du marchand c'est que s'il doit avoir une puissance financière suffisante pour faire un stock. Certains ont accumulé suffisamment d'argent... Le problème du marchand, c'est qu'il n'a jamais d'argent ! C'est un marchand qui m'a dit ça un jour, j'ai trouvé ça très rigolo. Parce qu'un marchand dès qu'il a de l'argent il le met dans un objet. Et il peut immobiliser des sommes absolument considérables »³⁶⁰.

³⁶⁰ Extrait d'un entretien mené avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

Le nombre d'intermédiaires entre le producteur de l'objet et le marchand définit aussi le statut du marchand : les marchands à la sauvette, voire certains possesseurs de stands aux puces, s'approvisionnent directement sur le terrain et auprès des producteurs des objets, alors que les marchands avec le plus de fonds et les maisons de ventes se situent au bout de la chaîne d'approvisionnement. Finalement, Raymonde Moulin distingue aussi les négociants traditionnels des entrepreneurs (Moulin, 1967: 90) : dans la pratique cependant, il est souvent difficile de différencier clairement les marchands de ces deux catégories. Il est par contre certain que quelques marchands font office, comme sur le marché de la peinture classique, de « galeries leaders » (Moulin, 1992: 47) et jouent sur les mêmes registres et mêmes prix que le duopole de Christie's et Sotheby's. Ces *leaders* jouissent de davantage de considération et de crédibilité.

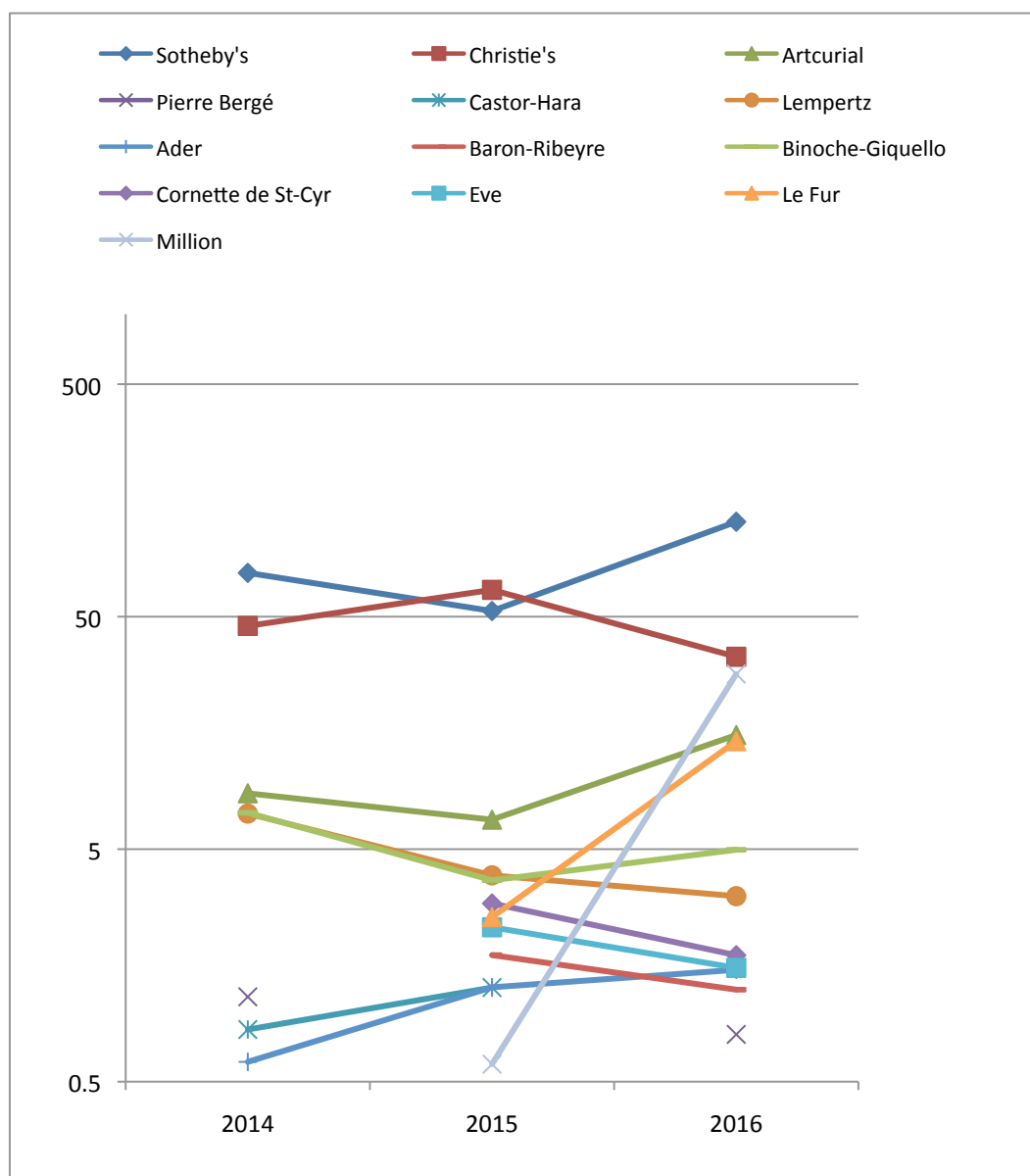


Fig. 13: Évolution des prix moyens des enchères par maison et par an et répartitions des maisons de ventes.

Ces critères différencient les marchands mais n'assurent cependant pas une place définie dans la pyramide : il existe des marchands proches des producteurs des objets qui vendent des objets à des prix élevés, des marchands avec beaucoup de fond de réserve mais situés en bas de l'échelle, etc.

Les catégories sont donc loin d'être imperméables et figées et outre les nombreux critères de différenciation et de structuration du réseau, les différents segments ne fonctionnent pas non plus uniquement sur le registre de la concurrence. Si cette

dernière est parfois effectivement très rude, la collaboration est aussi la meilleure des armes et de nombreux liens se tissent entre les différents protagonistes : certains galeristes deviennent experts des ventes, tel Bernard Dulon pour Binoche et Giquello, Didier Claes, Lucas Ratton brièvement expert chez Artcurial, etc. ; les marchands reconnaissent en outre l'importance des maisons de ventes dans la stabilisation du marché, grâce à la création de catalogues publics documentés et au nombre important de ressources mises à disposition pour les recherches sur les objets. Des nombreuses transactions « inter-marchands » existent, car bien souvent les galeristes se réunissent pour diviser les risques. Le réseau est petit, mouvant, changeant, traversé d'alliances, de concurrences et ce sur différents segments de marché. La compétition est sévère, la hiérarchie très souvent stricte, mais en constante évolution : « the better Brussels dealers, nearly all also collectors, are engaged in a continuous struggle for preeminence, for statut »³⁶¹ (Corbey, 1999: 15). Le marché est un monde en soi :

le monde des marchands constitue un réseau avec ses codes, ses règles, ses personnalités prééminentes, celles dont la parole fait autorité parmi les autres marchands et collectionneurs. Au sein de ce monde se transmettent les objets convoités, suscitant selon les cas des sentiments d'admiration, de jalousie, ou d'amertume . »³⁶².

En route vers d'autres horizons

Nous avons vu à quel point Paris s'était profilée comme la capitale des arts africains et océaniques en « volant l'idée d'art premier³⁶³ » si ce n'est à New York, en tout cas à Londres. Les lieux sont des paramètres importants du développement du marché et il est intéressant de se demander quels peuvent être les autres horizons géographiques du développement du marché de l'art africain et océanique. New York, loin d'avoir été distancée par Paris, reste une place importante de ce

³⁶¹ « Les meilleurs marchands bruxellois, presque tous collectionneurs, sont engagés dans une lutte continuelle pour la prééminence, pour le statut ».

³⁶² Extrait d'un entretien mené avec Manuel Valentin, chercheur au Musée de l'Homme, à Paris, le 10 septembre 2014.

³⁶³ Une expression utilisée par Serge Guibaut (2006) pour parler de l'engouement américain pour l'art moderne puis reprise par Maureen Murphy (2009) pour expliquer le mouvement des arts africains et océaniques vers les Etats-Unis et que nous avons évoqué *supra*.

marché notamment grâce, comme nous l'avons vu, aux stratégies des maisons de ventes aux enchères. Cependant, d'autres lieux sont parfois évoqués par les acteurs du champ : après des essais infructueux du côté de la Chine, avec la délocalisation de la foire Bruneaf à Hong-Kong, la majorité des acteurs s'accordent à penser que le futur du marché de l'art africain et océanien se trouve dans les pays d'origine des objets :

« Je n'ai jamais voulu faire d'événement dans les pays de l'Est, je n'ai jamais voulu en faire en Russie et n'ai jamais cru en l'Asie, même s'il y a des choses qui se font. Dans les pays émergents, moi j'ai cru et je crois toujours à deux endroits : l'Amérique latine, le Brésil par exemple, et surtout l'Afrique. Je dis toujours que l'art africain a pris un essor incroyable, mais que l'envol sera encore beaucoup plus important et beaucoup plus fort quand l'Afrique aura pris conscience de son patrimoine et qu'elle voudra récupérer celui-ci »³⁶⁴.

« Le grand challenge, l'énorme challenge, et ça c'est la chose la plus importante pour moi, c'est l'Afrique. Ça fait depuis dix ans que je dis que le prochain grand marché, si on passe du côté du marché de l'art, ça va être les collectionneurs africains »³⁶⁵.

L'Afrique est en effet largement citée comme le prochain marché de l'art africain et cette velléité d'ouverture se déploie sur deux arguments : l'essor du nombre de collectionneurs africains et le développement du marché de l'art général en Afrique, notamment de l'art contemporain, laisse penser que l'intérêt en développement pour l'art en général s'accompagnera d'un intérêt pour l'art africain et océanien. Deuxièmement, la charge historique et culturelle des objets et de leur histoire est souvent avancée comme un argument majeur : les Africains peuvent avoir envie de récupérer ces objets – on parle ici d'achats et non de restitutions – afin de « faire savoir d'où elles [leurs cultures] viennent et qui elles

³⁶⁴ Extrait d'un entretien mené avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

³⁶⁵ Extrait d'un entretien mené avec Marguerite de Sabran à Paris, le 5 janvier 2016.

sont »³⁶⁶. L'enjeu est éminemment politique et s'accompagne de considérations géopolitiques importantes dont nous avons esquissé les principaux traits précédemment³⁶⁷. Il est intéressant de noter que le développement de ce marché, en direction de l'Afrique notamment, doit s'accompagner pour la plupart des marchands d'un développement des musées dans ces mêmes régions :

« Il faudra un jour que les musées se réorganisent en Afrique et qu'il y ait des vrais musées, pas seulement avec de l'art du Congo mais de tout l'Afrique Noire. Encore aujourd'hui, il n'y a en Afrique aucun musée valable. Pas un. C'est surréaliste »³⁶⁸.

L'arrivée de l'Internet

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

Les changements perçus sur le marché ont engendré différentes stratégies, nous l'avons vu. L'une des évolutions majeures concerne le changement de clientèle et le changement du comportement d'achat de ces nouveaux collectionneurs : bien souvent, le temps leur manque et s'ils préfèrent acheter en ventes aux enchères plutôt qu'en galerie, c'est que cela peut s'avérer aussi plus rapide. Internet a donc été perçu, tout d'abord, comme une réponse efficace à ce manque de temps :

« Il faut espérer qu'on va leur donner plus de temps ; c'est Internet qui pourrait leur donner ça, car ils n'ont plus le temps d'aller en galerie, c'est évident »³⁶⁹.

³⁶⁶ *Idem.*

³⁶⁷ Voir *supra*, Chapitre 3, point 3.1.2 Le Musée du quai Branly-Jacques Chirac et le Pavillon des Sessions du Louvre, p. 170.

³⁶⁸ Extrait d'un entretien mené avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

³⁶⁹ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Cuénot à Paris, le 31 octobre 2016.

Deux types de ventes sur Internet ont donc vu le jour : la vente d'objets uniquement sur Internet, via des sites consacrés et la vente aux enchères retransmise en direct. Les sites consacrés ne proposant des objets qu'en ligne sont majoritairement des sites de maisons de ventes aux enchères, telle Auctionata. Seul un galeriste propose des objets en ligne, Jo de Buck en Belgique. L'activité est donc marginale et pour cause : Sotheby's s'était essayée à la vente en ligne d'art africain et océanien en s'associant à eBay en 2014, cependant l'expérience n'avait pas été retentée³⁷⁰ :

« Parce que ce n'est pas si simple que ça en fait ! C'est un peu l'image de la poule et de l'œuf et pour vendre des objets il faut déjà qu'il y ait des acheteurs, mais pour qu'il y ait des acheteurs, il faut qu'il y ait des objets, donc si vous lancez quelque chose, ça peut mettre très, très longtemps avant qu'un objet soit vendu. Avant que les gens connaissent, s'inscrivent... et s'il n'y a pas d'objets, ils ne vont pas venir, et les gens ne vont pas mettre d'objets... Du coup c'est très, très compliqué »³⁷¹.

Ainsi, si la vente en ligne dans l'art en général a pris un essor très important ces dernières années³⁷², dans l'art africain et océanien, elle reste relativement

³⁷⁰ Et il ne s'agissait là pas de la première tentative de Sotheby's de s'unir à un géant de l'Internet : en 1999, la société s'était rapprochée d'Amazon, sans que cela ne donne de résultats concrets. En 2002 est signé le premier contrat entre Sotheby's et eBay qui ne tient pas un an. Mais, comme le rappelle Catherine Cochard, auteure de l'article sur le sujet paru dans *Le Matin Dimanche* du 29 mars 2015 en Suisse, « à la même période, plus d'une dizaine de sites Web nés à la fin des années 1990 et consacrés à la vente d'art – enchères ou non – ont cessé leurs activités ». Les choses sont bien différentes vingt ans plus tard, puisqu'en 2012 Christie's établit le record d'une œuvre vendue sur Internet à 9,6 millions de dollars. Malgré cela, les ventes sur Internet peinent à égaler les ventes en salle, la raison étant pour les acteurs du milieu « qu'aucun écran d'ordinateur, aucune interface graphique ne peut recréer l'ambiance de l'événement, la fièvre qui monte en même temps que les prix, la tension à son comble » (Georgina Adams, consultante pour le Financial Times et BBC Worldwide, *Le Matin Dimanche*, *idem*).

³⁷¹ *Idem*.

³⁷² Selon le rapport annuel de l'assureur spécialisé Hiscox, les ventes d'art en ligne toutes catégories confondues ont atteint 3,75 milliards de dollars en 2017, soit une hausse de 15% par rapport à 2016 (*Rapport Hiscox 2017 sur le marché de l'art en ligne : un marché encore en sommeil ?* disponible en ligne <https://www.hiscox.fr/wp-content/uploads/2017/05/online-art-trade-report-2017.pdf>). Voir aussi « Les enchères en ligne ont la cote », *Le Monde*, 25 mai 2016 ; « Les chiffres vertigineux du marché de l'art en 2017 », *Huffington Post*, 31 décembre 2017.

marginale, non au sens où le nombre d'objets est peu élevé³⁷³, mais au sens où le segment de marché concerné n'atteint pas le segment moyen. Les objets échangés sur eBay, par exemple, atteignent rarement des prix supérieurs à 10 000 euros. La complexité d'une création de plateforme efficace, comme l'évoque Aurélien Cuénot, n'est qu'une partie de cet échec et d'autres éléments entrent en ligne de compte en ce qui concerne l'art africain et océanien : le facteur humain que l'acheteur peut retrouver en galerie, et modestement en ventes aux enchères, est inexistant en ligne ; l'achat sur simples photographies d'objets est risqué dans un champ où le toucher et la vue ont une importance égale, comme le rappelle Didier Claes :

« Je n'y crois pas du tout ! J'ai un site internet qui fonctionne mais je n'ai jamais d'objets à vendre. Parce que je n'imagine pas quelqu'un acquérir une pièce sur photos, sans contact »³⁷⁴.

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

4.3 L'AVÈNEMENT DE L'ÉVÉNEMENTIEL

Dresser la cartographie du champ de l'art africain et océanien aujourd'hui pourrait se résumer à citer les événements majeurs qui jalonnent l'année d'un conservateur, d'un collectionneur ou d'un marchand. Ceux-ci peuvent se résumer en trois grandes catégories que nous allons détailler ci-dessous : les foires ou salons durant lesquels les galeristes présentent des sélections d'objets, les expositions temporaires des musées et les ventes aux enchères des grandes maisons de vente du champ.

³⁷³ 20 000 objets se trouvent en moyenne proposés à la vente sur eBay contre plusieurs centaines de milliers pour les autres segments artistiques, comme l'art moderne.

³⁷⁴ Extrait d'un entretien mené avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

4.3.1 Les galeristes et les foires

Les galeristes sont unanimes : bien que les foires et les salons dédiés entièrement ou en partie à l'art africain et océanien ne soient pas nouveaux – plus de vingt-cinq ans pour les plus anciens – ces derniers ont pris une importance grandissante dans le champ ces dernières années. Elena Martinez-Jacquet, rédactrice du *Tribal Art Magazine*, confirmait lors d'un entretien : « L'importance des salons s'est vue accrue et les marchands sont plus intensifs dans leur fréquentation »³⁷⁵. Cette fréquentation est telle que certains galeristes passent leur temps à préparer et à fréquenter foires et salons :

« Au niveau de la galerie, l'important, c'est de faire des salons. J'aimerais faire des salons encore plus prestigieux, avec de plus belles expos. J'ai eu des années où j'ai fait jusqu'à neuf salons dans l'année ! Pour moi les principaux c'est BRAFA à Bruxelles, Parcours des Mondes à Paris, BRUNEAF à Bruxelles. La *Biennale* à Paris ça compte aussi, il y a deux ou trois marchands selon les éditions »³⁷⁶.

Certains galeristes affirment même que ces événements sont leur objectif majeur :

« Ce sont les foires, les événements. Ma première fois en tant que marchand c'est la foire de New York et puis je me lance là-dedans, je fais toutes les foires aux États-Unis. Puis, la suite, c'est expos sur expos, catalogues, foires, BRUNEAF, *Parcours des Mondes* : je fais toutes les foires. BRAFA. Je fais tous les salons, jusqu'à Maastricht l'année passée, *Biennale* il y a deux ans, je n'arrête pas »³⁷⁷.

« L'objectif, c'est les salons tous les ans et la participation aux foires internationales depuis deux ans : on est très axés là-dessus. *Parcours des Mondes*, Bruneaf, Maastricht, Tefaf... »³⁷⁸.

³⁷⁵ Extrait d'un entretien mené avec Elena Martinez-Jacquet à Paris, le 27 novembre 2015.

³⁷⁶ Extrait d'un entretien mené avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

³⁷⁷ Extrait d'un entretien avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

³⁷⁸ Extrait d'un entretien avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

Voire le seul intérêt à posséder une galerie :

« Avoir une galerie, c'est une forme de visibilité, c'est surtout la visibilité pour les événements : Bruneaf d'été et d'hiver, présenter les objets, les stocker et les vendre. Aujourd'hui, plus personne ne passe dans la galerie autrement »³⁷⁹.

Quelques noms de salons reviennent régulièrement dans leurs propos, pour des raisons différentes³⁸⁰ ; c'est que ces foires mobilisent des enjeux variés, selon leur localisation, leur public, leurs objectifs et leur(s) organisateur(s). Dans un premier temps, nous nous pencherons sur les foires à caractère spécialisé, c'est-à-dire consacrées uniquement à l'art africain et océanien, pour comprendre comment elles ont vu le jour, dans quel objectif et pour quel public, puis, dans un deuxième temps, nous verrons quelles sont les foires généralistes consacrant des espaces à des galeristes d'art africain et océanien. Nous nous demanderons pourquoi et depuis quand ces foires ont ouvert leurs portes à l'art africain et océanien, quelles sont les sélections effectuées et quels sont les intérêts des galeristes à participer – ou non – à ces foires beaucoup plus générales.

Les foires spécialisées : Bruneaf, Parcours des Mondes, Paris Tribal et Thema

LE BRUSSELS NON EUROPEAN ART FAIR (BRUNEAF)

Le *Brussels Non European Art Fair* (Bruneaf) est fondé en 1983, sur l'initiative du marchand Pierre Loos qui inaugure alors sa galerie Ambre à Bruxelles. Une poignée de marchands de la place du Sablon à Bruxelles³⁸¹ crée alors « les

³⁷⁹ Extrait d'un entretien mené avec l'assistant de galerie de Sarah de Monbrison, à Bruxelles le 18 novembre 2015.

³⁸⁰ Ainsi les foires les plus citées sont *Parcours des Mondes* à Paris (40% des entretiens), Bruneaf à Bruxelles (30% des entretiens), Brafa à Bruxelles (25% des entretiens) et, un peu moins régulièrement, Tefaf à Maastricht (15% des entretiens) et la *Biennale de Paris* (15% des entretiens). Les foires anglaises ou américaines ne sont citées que ponctuellement : le PAD (2,5%), la *Frieze* (2,5%) et *Tribal Art London* (TAL) à Londres (2,5%) ou *l'Armory Show* à New York (2,5%). La foire belge *Thema* n'est citée qu'une fois et quelques foires bruxelloises et parisiennes ne sont jamais citées, comme *Paris Tribal* ou *Brussels Art Square*.

³⁸¹ Voir fig. 6, carte du Sablon.

premières « Portes Ouvertes sur les arts non européens »³⁸². Les premières éditions ne réunissent que des galeries du quartier, mais bien vite l'événement rallie des collègues antiquaires de toute la Belgique, puis dès 1996 la foire devient internationale et accueille des marchands de l'étranger. Le fondateur, Pierre Loos, revient sur cette naissance :

« Je crée une dynamique pour l'ouverture de ma galerie rue des Minimes en 83 en invitant quelques amis à partager une petite affichette que l'on fait nous à la main. C'est un succès, on me demande de le refaire, je le refais pendant trois ans. Des cinq courageux du début, on se retrouve à dix-douze. Je me dis que ça devient trop compliqué et qu'il faut qu'on se monte en association. Puis ça explose, donc on est de plus en plus nombreux. J'ai l'idée de demander à des confrères non marchands d'art premier s'ils ne veulent pas partir une semaine en vacances et louer leur galerie à des marchands étrangers : c'est comme ça qu'on crée le vernissage commun qui devient aujourd'hui Bruneaf et dont j'ai assuré la présidence jusqu'à il y a trois ans. Aujourd'hui, j'ai passé la main à Didier Claes »³⁸³.

L'objectif de la foire est de « promouvoir l'exceptionnelle richesse des arts premiers dont ils [les antiquaires] sont les ambassadeurs »³⁸⁴. Depuis 2011, la foire est dédoublée chaque année : un *Winter Bruneaf* prend place en janvier, parallèlement à l'événement qu'est la foire BRAFA, et le Bruneaf dit « classique » se déroule en juin.

En 2013, suite à des divergences internes à l'association Bruneaf et à des rumeurs de malversations, la crédibilité de la foire est affaiblie et son directeur et fondateur Pierre Loos démissionne. De façon générale, les galeristes s'accordent sur le fait que la foire est alors en perte de vitesse et n'a plus les moyens d'enrayer la montée en puissance de sa concurrente directe : le *Parcours des Mondes* à Paris.

Un nouveau comité est alors réélu, avec à sa tête son ancien vice-président, le galeriste Didier Claes, qui met en place une politique de revalorisation de la foire.

³⁸² Introduction tirée du site de Bruneaf : www.bruneaf.com, en octobre 2015.

³⁸³ Entretien mené avec Pierre Loos à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

³⁸⁴ www.bruneaf.com, consulté en octobre 2015.

L'association amorce alors une réflexion sur le format de la foire et, depuis 2013, ce format est resté relativement inchangé : la foire s'étend deux fois par an sur, à chaque fois, quatre jours pleins et une demi-journée de vernissage.

Pour la version estivale, comme lors des foires précédentes, une exposition accompagnée d'un catalogue est organisée autour d'une thématique précise généralement liée à un invité d'honneur³⁸⁵. Dans sa campagne de communication, le comité met en avant deux éléments : la création d'un comité d'experts et l'exportation de la foire à Hong-Kong, avec une première édition en mai 2014.

La première édition à mettre en œuvre ce système et à mobiliser le comité d'experts est la version hivernale de la foire 2014 qui se déroule du 22 au 26 janvier avec 31 participants appartenant à vingt-cinq catégories³⁸⁶, thématiques ou géographiques. Notons que de manière générale, la version hivernale mobilise un nombre bien moins conséquent d'exposants que sa version estivale³⁸⁷.

Cependant, aucune des deux initiatives majeures soulignées par les membres de Bruneaf ne se révèle transformer radicalement la structure de la foire : la franchise chinoise n'a en effet connu aucune suite et n'a pas modifié substantiellement le déroulement de sa grande sœur bruxelloise, bien qu'elle témoigne des velléités des galeristes à s'exporter à l'international et à ouvrir de nouveaux marchés³⁸⁸. Les observations n'ont pas non plus révélé de changements importants dans la constitution d'un comité d'experts.

Cependant, les avis des galeristes et collectionneurs sont contrastés face au potentiel de la foire, même dans sa nouvelle mouture. C'est que depuis la fin des années 2000, Bruneaf fait face à un sérieux concurrent : le *Parcours des Mondes*

³⁸⁵ Voir l'annexe 4.8 : Bruneaf en détails qui liste les dates, les expositions et les galeristes présents chaque année entre 2013 et 2017.

³⁸⁶ Les catégories sont les suivantes : Africanisme, Afrique centrale, Afrique de l'Est, Afrique du Sud, Afrique occidentale, Amérique centrale, Amérique du Nord, Amérique du Sud, Archéologie, Armes, Art contemporain, Asie du Sud-Est, Bijoux, Ethnographie, Extrême Orient, Indonésie, Livres, Monnaie, Océanie, Peintures, Photographies, Proche Orient, Soclage, Textiles, Ventes publiques.

³⁸⁷ Voir l'annexe 4.8 : Bruneaf en détails.

³⁸⁸ Voir les intérêts des marchands pour les marchés émergents *supra*.

de Paris, à quelques kilomètres à peine – donc mobilisant le même bassin de collectionneurs et de potentiels acheteurs.

LE PARCOURS DES MONDES

Souvent comparé à Bruneaf, désigné comme son concurrent direct, le *Parcours des Mondes* de Paris est cependant beaucoup plus récent. Créé en 2002, dans le quartier des galeries de Saint-Germain-des-Prés³⁸⁹, la foire est rachetée en 2008 par Pierre Moos, directeur de la revue *Tribal Art Magazine*. C'est l'association Tribal Art Management qui gère la foire. Lors du rachat de la foire en 2008, une exposition sur la collection Durand-Dessert est organisée à la Monnaie de Paris – dont la proximité avec les galeries du Parcours est idéale pour le visiteur³⁹⁰ – et le commissariat de l'exposition est confié à Helena Martinez-Jacquet, rédactrice du magazine. Celle-ci explique que le développement d'une politique d'expositions liées au Parcours n'avait pas pour objectif de se différencier des autres foires³⁹¹ ; Bruneaf, par exemple, comme nous l'avons vu *supra*, développait déjà des expositions en parallèle de ses événements. En revanche, la volonté était marquée de se différencier des éditions précédentes du Parcours et de développer considérablement sa fréquentation alors stagnante. Ainsi, après l'exposition sur la collection Durand-Dessert suivent *Regards de Marchands* en 2009 et *Ode au grand art africain : Les Statues meurent aussi* en 2010. Ces expositions reçoivent un accueil largement positif, de même que leur catalogue et surtout leur vernissage au restaurant l'Alcazar devenu un événement rassemblant marchands et collectionneurs du monde entier, accessible uniquement sur invitation personnelle.

La foire prend peu à peu une importance croissante, comme en témoigne l'intérêt de la presse à son sujet qui la proclame « plus important salon des arts premiers »³⁹², consacrant Paris comme « capitale des arts premiers »³⁹³. Pour ses

³⁸⁹ Voir fig. 7 Carte de Saint-Germain-des-Prés.

³⁹⁰ *Idem*.

³⁹¹ Entretien mené avec Elena Martinez-Jacquet à Paris, le 27 novembre 2015.

³⁹² « Parcours des Mondes, le plus important Salon des arts premiers », *Les Echos*, 11 septembre 2013.

³⁹³ « Paris, capitale de l'art primitif africain », *Les Echos*, 8 juin 2000 ; « Paris, capitale de l'Afrique », *Les Echos*, 20 mai 2005 ; « Paris : capitale du marché de l'art primitif », *La Tribune*, 16 juin 2006 ; « Paris, capitale des arts premiers », *Le Figaro*, 10 septembre

organisateur, la foire est effectivement le « plus important salon d'arts premiers international, par le nombre la qualité et la diversité de ses participants »³⁹⁴.

En effet, le salon regroupe entre soixante et soixante-dix exposants d'art africain et océanien en 2013 et 2014³⁹⁵, la plus grande concentration de galeristes de cette spécialité en Europe. La fréquentation du salon est toujours qualifiée de croissante et de foisonnante par ses organisateurs³⁹⁶, mais aucun chiffre n'est certifié et il est dans les faits difficiles de compter un public dans un circuit à ciel ouvert sans entrée ni sortie. De son côté, Bruneaf souffre d'une baisse de fréquentation constatée par la majorité des acteurs, bien que ces derniers nuancent aussi l'importance de ce facteur en ajoutant la qualité des acheteurs, les montants investis et le nombre de pièces vendues.

En effet, si les deux foires apparaissent comme concurrentes, dans les faits, elles ne se positionnent pas exactement de la même façon sur le marché : le *Parcours des Mondes* s'oriente en direction des collectionneurs d'art africain et océanien, mais vend aussi la foire comme un événement parisien majeur, accessible à n'importe quel amateur, touriste ou curieux, comme l'assurent les galeristes participants et les visiteurs :

« *Parcours des Mondes*, ils font beaucoup de presse, de communication, donc il y a tout un grand public de purs curieux qui viennent visiter, voir ce qu'il se passe »³⁹⁷.

2009 ; « Paris, capitale de la vente d'art africain », *Le Monde*, 18 juin 2013 ; « Parcours des Mondes : l'art tribal en capitale », *Le Figaro*, 11 septembre 2013 ; « L'art tribal en capitale », *Le Figaro Economie*, 11 septembre 2014. Notons que ces titres connaissent une grande popularité particulièrement entre 2006 et 2014, années qui correspondent aux grandes ventes aux enchères d'art africain et océanien, voir *infra*.

³⁹⁴ Extrait du texte d'introduction, disponible sur le site www.Parcours-des-mondes.fr [consulté la dernière fois le 17 avril 2018].

³⁹⁵ Voir annexe 4.8 : Le *Parcours des Mondes* en détails.

³⁹⁶ Communiqués de presse du *Parcours des Mondes*, Agence Colonnes, disponible en ligne sur le site www.parcours-des-mondes.fr [consulté pour la dernière fois le 17 avril 2018].

³⁹⁷ Entretien mené avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

« *Parcours des Mondes*, à côté de ça, il y a des restaurants, la vie de la ville, donc ça fait que c'est plutôt un public qui passe par là : "tiens on va voir ce que c'est" »³⁹⁸.

Si Bruneaf attire quelques curieux ou badauds, notamment dans sa version estivale, elle reste une foire orientée principalement en direction d'une clientèle existante et connue des marchands, comme le note Lucas Ratton : « On fait [Bruneaf] *winter* et été, parce qu'on a une clientèle en Belgique qu'on maintient »³⁹⁹, sous-entendant même que la clientèle visée est une clientèle presque exclusivement belge. D'autres galeristes confirment ce sentiment :

« D'abord il y a beaucoup moins de monde à Bruxelles, de plus en plus. Ils ont fait un Bruneaf d'hiver, au moment de la BRAFA, je crois que ça marche encore moins bien. C'est plus pour les Belges »⁴⁰⁰.

Le *Parcours des Mondes* est au contraire à portée internationale et brasse un large public, ce qui donne aux marchands davantage de garanties sur les ventes et donc, par conséquent, les amène à réserver leurs meilleures pièces pour ce moment de l'année où les chances de trouver l'acheteur potentiel sont plus élevées.

En 2015, ces chances se sont encore accrues, puisque le comité d'organisation a décidé d'étendre aux exposants existants les galeries d'art asiatiques ; le nombre d'exposants est alors passé de soixante-dix à quatre-vingt-six. Une hausse que l'on peut considérer comme modérée, mais que l'on peut expliquer par le fait qu'un certain nombre de galeries présentaient déjà des objets d'Asie, en partie ou en totalité, jouant sur la frontière labile de la catégorie « art premier ».

Les différentes foires se positionnent, parfois subtilement, sur des créneaux différents et dans des objectifs différents. Ainsi, au contraire de *Parcours des*

³⁹⁸ Entretien mené avec Julien Volper à Bruxelles, le 15 juillet 2014.

³⁹⁹ Entretien mené avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015, un discours qui confirme ce que j'évoquais *supra* concernant la place de la Belgique et l'importance de son bassin de collectionneurs (point Les enchères à Paris, les marchands à Bruxelles ?, p. 237).

⁴⁰⁰ Entretien mené avec Judith Schoffel de Fabry et Christophe de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

Mondes, d'autres foires se veulent plus intimistes et orientées en direction d'un public averti, voire uniquement professionnel, telles les foires *Paris Tribal* ou *Thema* à Bruxelles.

PARIS TRIBAL ET THEMA

La foire *Paris Tribal* est lancée en avril 2014 par vingt-cinq galeristes du quartier de Saint-Germain-des-Prés à Paris. Prévues annuellement, la foire doit :

« montrer leur capacité à animer et développer ce marché, affirmer la position dominante de Paris et répondre à la demande croissante des collectionneurs »⁴⁰¹.

Cette proposition sous-entend trois choses importantes sur le marché de l'art africain et océanien. Tout d'abord, la création de la foire répondrait à une demande de la part des collectionneurs et du marché qui serait visiblement en développement ; ce développement serait dû à l'arrivée des collectionneurs d'autres champs artistiques et plus particulièrement contemporains et la foire leur est particulièrement adressée ; Paris serait le centre névralgique du marché et la création d'une foire supplémentaire assoit cette position⁴⁰².

Si la foire est d'abord réservée aux résidents permanents du quartier de Saint-Germain, ce qui en faisait sa principale différence avec le *Parcours des Mondes* de septembre, il est intéressant de noter que cette caractéristique disparaît en 2017 : la foire s'ouvre en effet à quatre galeries étrangères, invitées à exposer dans des galeries résidentes. Si *Paris Tribal* reste bien plus réduite que sa grande sœur *Parcours des Mondes*, elle se profile de plus en plus comme son complément direct, voire comme un dédoublement du concept, comme Bruneaf l'avait lancé en 2011 en déclinant sa formule en une version hivernale et estivale. Cette stratégie permet de compenser la place de Paris dans le paysage des foires d'art africain et océanien – et par conséquent des événements dédiés. En effet,

⁴⁰¹ Dossier de presse de la foire *Paris Tribal*, 2014, Agence Colonnes. Disponible en ligne sur http://www.colonnes.com/ref_dev.php?id_reference=127 [consulté pour la dernière fois le 28 avril 2018].

⁴⁰² Tous ces points concordent avec la cartographie du champ esquissée *supra* dans ce chapitre.

bien que le *Parcours des Mondes* soit reconnu comme un des rendez-vous les plus importants – voire le plus important – du marché, Paris ne comptait que cette foire entièrement dédiée à l'art africain et océanien et la *Biennale de Paris* tous les deux ans, ce qui peut être considéré comme relativement pauvre au vu de sa revendication de « capitale des arts premiers »⁴⁰³. Bruxelles compte en effet annuellement deux éditions de Bruneaf, une foire générale d'envergure internationale (la Brafa) et deux événements ponctuels plus intimistes (le *Brussels Art Square* et *Thema*), ce qui permet de donner rendez-vous aux potentiels acheteurs en janvier, juin, septembre et novembre. En outre, créer une foire explicitement adressée aux collectionneurs contemporains en 2014 n'est pas anodin : cette année voit en effet un boom du marché de l'art africain et océanien grâce aux maisons de ventes aux enchères principalement basées à Paris et l'arrivée – grâce à ces dernières – des collectionneurs d'autres champs artistiques adroitement amenés par les conseillers des maisons de ventes à s'intéresser à « l'art des origines de l'art »⁴⁰⁴. *Paris Tribal* semble s'engouffrer dans une brèche ouverte.

Au contraire, celle qui peut sembler sa concurrente directe à Bruxelles – par le nombre d'exposants et le concept proposé, tous deux relativement identiques – ne se développe pas en direction d'un public spécifique : *Thema*, lancée en 2011 à Bruxelles dans le quartier du Sablon, par le fondateur de Bruneaf Pierre Loos, met davantage en avant le dispositif d'exposition et propose « un marchand, un thème » à retrouver annuellement en novembre. Comme *Paris Tribal*, la foire se déroule uniquement chez les galeristes résidents du Sablon, avec un nombre limité de galeries. La communication est extrêmement réduite, ce qui pousse à conclure à une foire principalement dédiée à une clientèle fixe et déjà avertie, voire à un échange purement inter-marchands.

⁴⁰³ C'est, bien entendu, sans compter les ventes aux enchères dont le développement s'opère majoritairement à Paris et dont l'importance dans le paysage événementiel du champ n'est pas à sous-estimer (voir *supra*).

⁴⁰⁴ Comme nous l'avons vu *supra* dans l'état des lieux des enchères et du marché.

Nous pouvons constater après ce panorama des foires spécialisées existantes entre Paris et Bruxelles que leurs objectifs et leur positionnement sur la catégorie de public visé peut être relativement différents, malgré des nombres d'exposants ou des concepts parfois sensiblement identiques. Cette différence est encore plus prégnante entre les foires spécialisées, que nous venons de passer en revue, et les foires générales qui ouvrent leurs portes à des galeries d'art africain ou océanien.

Les foires généralistes : Brafa, Bas et la Biennale

« Les foires spécialisées c'est à mettre à part des foires mélangées, antiquités, art, type Tefaf. Ce sont deux choses tout à fait différentes »⁴⁰⁵.

Si la foire Tefaf qui prend place tous les ans à Maastricht n'entre pas dans mon échantillon de recherche, par sa localisation hors de la zone géographique concernée, d'autres foires à Paris et à Bruxelles présentent l'art africain et océanien parmi d'autres champs artistiques. A Bruxelles, il s'agit de la *Brussels Art Fair* (Brafa), du *Brussels Art Square* ; à Paris, il s'agit de la *Biennale des Antiquaires*, aussi appelée *Foire des antiquaires de Paris*.

LA BRUSSELS ANTIQUES AND FINE ARTS FAIR (BRAFA)

La Brafa, anciennement *Foire des Antiquaires de Belgique*, se déroule tous les ans en janvier à Bruxelles dans les 15'400 mètres carrés du bâtiment Tour et Taxis⁴⁰⁶ et est accessible pour le visiteur classique au prix de vingt-cinq euros⁴⁰⁷. Fondée en 1956 par la Chambre des Antiquaires de Belgique, elle occupe d'abord la Galerie Louise à Bruxelles, puis le Palais des Beaux-Arts de Bruxelles. Elle est une des plus anciennes foires du monde, après celle de Londres et de Delft. Elle se double d'une exposition qui jouit depuis 2009 du Haut Patronage de Sa Majesté la Reine Paola.

⁴⁰⁵ Entretien mené avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

⁴⁰⁶ Le bâtiment doit son nom à ses anciens propriétaires, la famille princière von Thurn und Thassis dont un de ses membres fut nommé Ministre des Postes sous le règne des Habsburg. A ce titre, il fit de Bruxelles le centre du réseau postal entre différentes villes européennes et la ville de Bruxelles acquit à la fin du 19^e siècle un terrain afin d'implanter son nouveau centre de distribution ; le bâtiment vit le jour en 1909.

⁴⁰⁷ Au tarif standard journalier.

Avec une fréquentation en hausse constante depuis sa création – elle est passée de 46 000 visiteurs en 2013 à près de 60 000 en 2016 – la foire se positionne comme une des foires internationales d’art les plus importantes du monde. Formée d’un conseil d’administration, dans lequel le galeriste Didier Claes siège à la vice-présidence depuis 2014, la foire possède un large comité d’experts (plus de cent) sur lequel elle s’appuie pour accepter ou non les candidatures des exposants. Volontairement éclectique, les organisateurs cherchent à différencier les exposants sur deux axes : leur origine – quinze pays sont représentés⁴⁰⁸, et leur spécialité, avec vingt catégories artistiques, dont l’entrée récente de la bande dessinée. L’art africain et l’art océanien y sont représentés depuis de nombreuses années. Le processus de sélection est réputé assez strict et les prix des stands relativement élevés, comme à la *Biennale de Paris*. Par conséquent, le public est assuré de visiter les galeries appartenant au segment économiquement fort du marché et possédant un fond et des réserves élevés :

« Les stands sont extrêmement chers, donc tout de suite on sait que c’est le haut du panier, au niveau économique en tout cas, avec des objets qu’ils doivent vendre, donc qui doivent être assez intéressants, de grande valeur historique, économique, artistique... »⁴⁰⁹.

Le public est nombreux, mais hétéroclite, ce qui présente ses avantages et ses inconvénients pour les exposants ; les galeristes insistent en général sur la possibilité offerte de convertir de nouveaux collectionneurs et de renouveler leur clientèle, mais aussi sur le travail important que cette ambition exige : le dispositif de présentation joue un rôle non négligeable pour favoriser l’arrêt de visiteurs curieux sur son stand et la sélection des pièces doit être différente et s’orienter vers des objets faciles d’accès, qui peuvent plaire au plus grand nombre, comme l’explique un galeriste sur les échecs de certains de ses confrères dans ce type de foire :

⁴⁰⁸ Allemagne, Belgique, Canada, Espagne, États-Unis, France, Grande-Bretagne, Grèce, Hongrie, Italie, Japon, Luxembourg, Monaco, Pays-Bas, Suisse.

⁴⁰⁹ Entretien mené avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

« Parce que ce sont deux publics différents : aujourd’hui on est dans un événement comme Bruneaf, c’est vraiment un public cible, averti, connaisseur, complètement impliqué dans l’art tribal. *Masterpiece* c’est un salon international de très haut niveau, avec toutes ces spécialités confondues, mélangées, et donc c’est un public beaucoup plus nombreux, beaucoup de gens qui ne s’intéressent pas à l’art primitif, il faut avoir une sélection qui soit plus facile d’accès j’ai envie de dire, en lecture d’objets... Ils [les galeristes qui n’ont pas participé une seconde fois à la foire] avaient une sélection qui était certes, les plus beaux masques africains, les plus beaux fétiches, les archétypes, vous savez... Mais le public là-bas n’est pas adepte de ça »⁴¹⁰.

Brafa compte selon les éditions entre cent et cent-trente-trois exposants, dont neuf stands d’art africain et océanien, ce qui représente un pourcentage honorable pour son vice-président Didier Claes, galeriste d’art africain et aussi président de la foire Bruneaf. Pour ce dernier, Brafa est à l’avant-garde dans la place accordée aux arts africains⁴¹¹ :

« Je m’occupe spécialement du département africain, car on est quand même neuf, donc un peu moins de 10% des membres. Brafa, c’était la première foire à faire un vrai groupe de marchands d’art africain et on est arrivés à neuf exposants de qualité. Pour moi, c’est une grande satisfaction »⁴¹².

Cette assertion résonne avec la politique de sa concurrente parisienne, la *Biennale de Paris* où le nombre de stands consacrés à l’art africain et océanien est beaucoup plus réduit.

LA BIENNALE DE PARIS

Le Syndicat National des Antiquaires (SNA) organise depuis 1962 – six ans après la création de son équivalent belge – la *Biennale des Antiquaires de Paris*.

⁴¹⁰ Entretien mené avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

⁴¹¹ Il est intéressant de noter ici que le discours se focalise de plus en plus sur l’art africain, la spécialité océanienne ou asiatique n’étant plus du tout abordée lorsque l’on parle de la place de ces stands dans la foire en général.

⁴¹² Entretien mené avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

Annuelle depuis 2017, la foire est renommée pour l'occasion *Biennale de Paris*⁴¹³ et se déroule depuis cette année tous les ans en septembre, au Grand Palais. Elle est composée d'un comité d'organisation et d'un comité d'honneur, ainsi que d'un comité d'admission des œuvres – l'équivalent du comité d'experts de la Brafa.

La *Biennale* réunit en moyenne une centaine d'exposants, cependant seuls deux ou trois stands sont consacrés à l'art africain et océanien. En 2014, il s'agissait des galeries Bernard Dulon et Didier Claes, tous deux galeristes d'art africain, avec, en 2016, l'arrivée d'Anthony Meyer, spécialiste de l'art océanien. Pour les marchands, la *Biennale* n'a pas encore assis sa place dans cette spécialité et brasse un public peu averti, voire parfois considéré comme très superficiel :

« On va dire que la *Biennale* et Maastricht se cherchent une place, j'ai eu cette impression-là, c'est-à-dire qu'il y a plus une clientèle bling-bling classique qu'on essaye d'amener à l'art primitif, mais c'est encore un marché qui doit prendre »⁴¹⁴.

La Brafa et la *Biennale* sont toutes deux des foires d'envergure internationale, regroupant des exposants et attirant un public du monde entier. Cependant, toutes les foires d'art ou événements généralistes n'ont pas cette envergure, en taille et en objectifs. La dernière foire générale d'art ouvrant ses portes à l'art africain et océanien – ou est-ce l'inverse ? – se déroule à Bruxelles, dans un cadre beaucoup plus restreint et intime : il s'agit du *Brussels Art Square*.

LE BRUSSELS ART SQUARE (BAS)

Le *Brussels Art Square*, organisé par l'association du même nom, se tient tous les ans en septembre, pendant un weekend, dans le quartier des Sablons à Bruxelles. Elle s'organise, comme le *Parcours des Mondes*, *Bruneaf*, *Paris Tribal* ou *Thema*, en un parcours dans les galeries membres ; comme ces foires, elle est aussi

⁴¹³ Aucune erreur dans cette assertion, le comité a décidé de conserver le terme de *Biennale* et a simplement supprimé la mention des antiquaires, trop réductrice par rapport aux types d'exposants.

⁴¹⁴ Entretien mené avec Judith Schoffel de Fabry et Christophe de Fabry à Paris, le 15 juillet 2014.

gratuite. Cependant, elle n'est pas spécialisée dans l'art africain et océanien. Les organisateurs définissent la plus-value de la foire par l'invitation à chaque édition d'un pays étranger : le Royaume-Unis en 2014, l'Espagne en 2015 et l'Italie en 2016. Chaque galeriste résident invite un collègue du pays choisi ; cependant, tous ne jouent pas le jeu. Sur l'édition 2015, pour quarante-sept galeristes résidents, seules dix-sept galeries espagnoles étaient invitées. Sur la totalité de ces exposants, cinq étaient des galeristes d'art africain et océanien, soit un peu plus de 10% des exposants et trois d'entre eux avaient invité une galerie étrangère. BAS s'accompagne généralement d'un programme événementiel, mais n'est pas accompagné de catalogue et a pour ambition :

« de promouvoir, en Belgique et à l'étranger, l'image du Sablon et de ses alentours comme lieu historiquement dévolu aux antiquaires et galeristes, contribuant à préserver l'originalité et le charme de ce quartier de Bruxelles »⁴¹⁵.

On retrouve à nouveau ici l'objectif lié au lieu d'implantation des galeries qu'il s'agisse du pays, de la ville ou du quartier. En filigrane se dessinent les enjeux de concurrence territoriale entre Paris et Bruxelles pour définir le centre du marché de l'art africain et océanien en Europe, mais aussi entre le continent et les États-Unis, puisque se joue une âpre concurrence avec New York depuis les années 2010⁴¹⁶. Comme nous l'avons vu, les galeristes bruxellois et parisiens ne participent que peu aux foires outre-Atlantique ou même outre-Manche. Cependant, d'autres éléments entrent en ligne de compte dans le choix d'une participation ou non à une foire. Le degré de qualité attribué à la foire, jugé par le galeriste sur les exposants déjà présents, le nombre de visiteurs et la cote de la foire si elle existe. Cependant, cette qualité est aussi à mettre en rapport avec le prix du stand, qui peut parfois être rédhitoire et nécessiter une réserve de fonds très conséquente. Les autres galeristes présents sont un critère important de la décision de participation ou non à une foire ; en effet, si des galeristes reconnus exposent, la cote de la foire augmente et leur être associé est vu comme une plus-

⁴¹⁵ Voir www.brusselsartsquare.com [consulté pour la dernière fois le 29 novembre 2017].

⁴¹⁶ Voir *supra*, point 4.1.1 Paris – New York : une course serrée, p. 228.

value importante. Des répartitions en termes de spécialités, voire même de familles, sont aussi à prendre en considération. Ainsi, dans le milieu très fermé des galeristes d'art africain et océanien, il n'est pas rare que plusieurs membres d'une même famille tiennent chacun une galerie, comme nous l'avons vu *supra*⁴¹⁷. Le positionnement des uns et des autres est donc à réfléchir, de même que leur participation aux foires : Lucas Ratton, fils de Philippe Ratton, possède sa galerie à quelques rues de celle de son père à Paris, Judith Schoffel de Fabry est à Paris alors que Serge Schoffel est à Bruxelles, de même qu'Alain de Monbrison est installé à Paris et sa fille, Sarah de Monbrison, à Bruxelles :

« A la galerie de Monbrison, on fait Bruneaf, mais pas le Parcours car il y a le père de Sarah. Par contre, on fait *Thema* et Brafa à Bruxelles »⁴¹⁸.

Le créneau sur lequel se positionne la foire est décisif dans le choix d'une participation ou non : le type de public visé et les pièces qu'il faudra présenter sont-elles cohérentes avec l'actuelle politique de la galerie ? La réponse à cette question force parfois les galeristes à envisager le retrait ou la non-participation à certaines foires :

« J'ai participé longtemps au *Parcours des Mondes*, mais j'ai décidé cette année-ci de ne plus y participer, car justement, ça paraît bizarre de dire ça, mais par rapport à ma sélection qui est un peu sur le côté de ce qu'on trouve chez mes confrères – c'est-à-dire qu'il n'y a pas de masques, pas de fétiches – le public des salons d'art premier, que ce soit à Paris, à Bruxelles, reste quand même très cantonné dans leurs connaissances. [...] Ici, on est dans une galerie où il n'y a pas ces repères-là et ils sont peut-être un peu décontenancés, je pense. Du coup, ils sont peut-être un peu moins audacieux, et j'ai un peu moins de succès »⁴¹⁹.

⁴¹⁷ Voir *supra*, point

L'héritage familial, p. 244.

⁴¹⁸ Entretien mené avec l'assistant de galerie de Sarah de Monbrison, à Bruxelles le 18 novembre 2015.

⁴¹⁹ Entretien mené avec Patrick Mestdagh à Bruxelles le 12 juin 2015.

Ces retraits restent cependant relativement rares et on observe de façon générale une augmentation non seulement du nombre de foires, mais aussi du nombre d'exposants par foires. Ainsi, sur les sept foires présentées ci-dessus, la majorité – notamment des foires spécialisées – ont été fondées dans les années 2010 (*Parcours des Mondes* en 2008, *Thema* en 2011, *Paris Tribal* en 2014 et le *Brussels Art Square* en 2014) et seule *Thema*, disparue depuis, a connu une baisse du nombre d'exposants.

Ces foires possèdent plusieurs points communs : elles font toutes un lien fort avec le territoire dans lequel elles s'implantent, dans un rapport de mutuelle valorisation : le *Parcours des Mondes*, par exemple, participe à la place de Paris dans le champ, mais bénéficie en retour de la réputation et de l'appellation qui en découle de « capitale des arts premiers ».

Passer ces foires en revue ainsi que leur mode d'organisation nous permet de remarquer qu'elles ont toutes développé, dès leur création ou à partir des années 2010, quatre éléments déclinés à chaque édition : la présence d'un comité d'experts et l'authentification des objets présentés, une mise en avant et un développement du média de l'exposition, la création d'un catalogue dédié et l'organisation d'à-côtés événementiels supplémentaires.

Les foires et leur comité communiquent de façon appuyée sur la présence, plus ou moins récente, d'experts authentifiant les objets et offrant au visiteur le maximum de garanties, comme on le retrouve par exemple avec Didier Claes qui souligne l'importance pour Bruneaf de la constitution d'un comité d'experts :

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

exposant replace une pièce retirée, il sera exclu de l'association. Le nerf de la guerre, dans ce genre d'événement, c'est la lutte contre le faux »⁴²⁰.

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

« The fair incorporates a number of different sections and each checks every object relating to its area of specialization over a period of two days. In other words, the degree of expertise is very high. We bring specialists in from all over Europe and sometimes even from the US »⁴²¹.

Cependant, il est difficile de savoir qui sont précisément ces experts, car ni Brafa ni Bruneaf n'affichent la liste des membres d'un comité d'experts défini. Dans le cas des autres foires, *Paris Tribal*, *Thema* ou *Parcours des Mondes*, la communication à ce sujet est même extrêmement réduite⁴²². Elle laisse suggérer que les objets sont authentifiés et que les collectionneurs peuvent avoir toutes les garanties, mais elle ne détaille aucunement ces garanties et laisse supposer que l'expertise est simplement effectuée par le comité organisateur. Seule exception à ce constat : la *Biennale*, qui affiche non seulement sa politique d'expertise, communique au sujet de son comité d'experts et affiche dans sa documentation et son site internet les noms des experts pour chaque spécialité. Ainsi, la catégorie « arts premiers » compte Patrick Caput, expert chez Sotheby's, et deux galeristes parisiens indépendants : Bernard Dulon et Christine Valluet.

Il apparaît donc que la lutte contre le faux et l'expertise est un élément majeur de communication des foires, qui leur permet d'asseoir leur réputation et d'attirer de nouveaux collectionneurs, mais que les détails de cette lutte restent peu explicités.

⁴²⁰ « Entretien avec Didier Claes », *Le Journal des Arts*, 2014, n°405.

⁴²¹ « Le salon intègre plusieurs sections différentes et chacune vérifie chaque objet relatif à son domaine de spécialisation sur une période de deux jours. En d'autres termes, le degré d'expertise est très élevé. Nous amenons des spécialistes de toute l'Europe et parfois même des États-Unis ». Harold t'Kint de Roodenbeke, « Tradition and modernity : a restyled fair », *Introduction au catalogue de Brafa*, 2014.

⁴²² *Parcours des Mondes* signale simplement « la vigilance des organisateurs en matière de qualité et d'expertise des pièces exposées » sur son site internet, voir www.parcours-des-mondes.fr [consulté pour la dernière fois le 18 avril 2018].

Les foires comptent donc sur d'autres éléments pour s'assurer la confiance des visiteurs et garantir leur sérieux.

Ces garanties s'observent sur d'autres plans : tout d'abord, sur l'ancienneté de l'événement, forcément gage de la qualité de la foire, mais aussi, ce qui nous intéresse plus particulièrement, sur la présence d'acteurs du monde muséal et, de façon plus large, d'institutions (culturelles, politiques ou économiques) à tous les niveaux de l'organisation. Du lieu – l'organisation de ces événements prend parfois place dans les musées, comme la *Biennale de Paris* au Grand Palais – aux comités ou invités d'honneurs, en passant par les conférences, les expositions, les vernissages, etc., les foires se pressent d'associer les institutions à leur organisation complète ou à des morceaux choisis, comme on peut le voir dans le récapitulatif des expositions et invités d'honneurs de Bruneaf⁴²³ : le Musée royal de l'Afrique centrale en 2014, la Fondation Sindika Dokolo en 2015, l'anthropologue Raoul Lehuard en 2014, la conservatrice des collections ethnographiques du Musée royal de l'Afrique centrale Huguette Van Geluwe, en 2016. Les foires développent en outre les occasions de mettre ces liens en valeur. On assiste alors à une sur-événementialisation : multiplication des vernissages, des conférences, des ateliers. Brafa compte trois soirées privées avant son ouverture officielle, mais aussi des *Brafa art talks* ; le vernissage du *Parcours des Mondes* à l'Alcazar est réputé être un des moments les plus importants du champ et, depuis 2015, la foire s'est dotée de son propre espace proposant des expositions et des *Cafés Tribal* tous les matins ; la *Biennale* compte aussi un vernissage V.I.P, ouvert depuis 2017 au grand public contre un droit d'entrée de 600 euros, et organise toujours une série d'événements parallèles ; Bruneaf propose à chaque édition une exposition de référence ainsi que de nombreuses conférences liées ; toutes les foires mettent en avant un moment de « vernissage », même si celui-ci ne consiste qu'aux premières heures de l'ouverture des galeries ou des stands.

Parmi ces nombreuses initiatives, deux nouveautés sont particulièrement mises en avant : premièrement, le développement des expositions thématiques et,

⁴²³ Voir l'annexe 4.8 : Bruneaf en détails.

deuxièmement, l'édition de catalogues. Toutes les foires éditent – au moins en ligne – un catalogue ; de plus en plus nombreux sont les galeristes à éditer leur propre catalogue à l'occasion de la foire, l'exposition thématique étant le support idéal à cette publication : « c'est un tout : le catalogue, l'exposition »⁴²⁴. Les expositions thématiques se sont aussi multipliées au sein des foires mêmes : Thema a fait de sa plus-value principale les expositions thématiques présentées par les galeries ; dès 1991, un catalogue accompagne le déroulement de Bruneaf, en 2007, une vente aux enchères et une exposition – *Mestach l'Africain*⁴²⁵ – viennent enrichir l'événement, en 2014 la foire se déroule en collaboration non seulement avec d'autres foires bruxelloises consacrées à d'autres champs artistiques (la *Brussels Ancient Art Fair* (BAAF) et *l'Asian Art in Brussels* (AAB), mais aussi en plus étroite collaboration avec le Musée royal de l'Afrique centrale, prêteur des objets et co-concepteur de l'exposition de référence de la foire d'été *Art de la Nouvelle-Guinée*⁴²⁶.

Ou des expositions des galeristes eux-mêmes et sont des arguments importants de la communication des marchands :

« The gallery is fulfilling the promise to develop well-documented thematic exhibitions and will unveil the mysterious side of Africa with “Vodun Fon: between art and matter »⁴²⁷.

Voire un élément de communication de la foire elle-même comme l'éditorial du catalogue de *Parcours des Mondes* qui souligne la caractéristique principale de la foire : « l'ingéniosité de l'accrochage » proposée par les galeristes participants.

⁴²⁴ Entretien mené avec Judith Schoffel de Fabry et Christophe de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

⁴²⁵ Du mercredi 6 juin au vendredi 29 juin 2007, Salle des Beaux-Arts du Grand Sablon, Bruxelles. Entrée 10 euros. Organisée en collaboration avec Pierre Bergé Associés, maison de ventes aux enchères qui propose durant l'édition la vente des objets de la collection Willy Mestach.

⁴²⁶ La foire s'étendait du 4 au 8 juin et l'exposition *Art de la Nouvelle Guinée* du 4 au 15 juin à l'Ancienne Nonciature, Place du Sablon, Bruxelles.

⁴²⁷ Serge Schoffel, *Catalogue de la Brafa*, 2014, p. 452.

Finalement, il est important de souligner que ces expositions sont majoritairement organisées en collaboration avec des musées : l'exposition *Art de la Nouvelle-Guinée* par le musée de Tervuren à Bruneau, mais aussi l'exposition pop-up du même musée à la Brafa en 2014, les expositions annuelles du *Parcours des Mondes* à la Monnaie, celles de la *Biennale* au Grand Palais, etc., un point sur lequel nous reviendrons *infra*⁴²⁸.

Le développement de ces catalogues et expositions thématiques de même que la « sur-événementialisation » générale des foires illustrent un essor généralement observable de l'événementiel chez les autres acteurs du champ, musées y compris.

4.3.2 Les musées, les expositions et « l'offre muséale »

De nombreuses recherches se penchent depuis une dizaine d'années sur le processus « d'accélération » (Jacobi, 2013) du temps muséal, à savoir le développement d'une offre culturelle et événementielle de plus en plus dense et rapide. Sans revenir en détails sur leurs analyses, je me bornerai ici à souligner leurs principales conclusions qui entrent en résonance avec les constats faits jusqu'à présent dans le champ des arts africains et océaniques. Il est établi que, depuis les années quatre-vingt, les musées sont entrés dans une « ère de la communication » (Davallon, 1997, Jacobi, 2016), qui induit un développement de la politique des publics et des médiations. L'amalgame est récurrent entre l'institution muséale telle que définie par l'ICOM et le média en son centre, l'exposition. Cette dernière s'est développée à un rythme croissant : les expositions permanentes sont plus courtes, ou régulièrement modifiées, et les expositions temporaires se multiplient à une cadence de plus en plus rapide.

Le développement de l'exposition temporaire depuis les années quatre-vingt est vu comme une innovation d'ordre médiatique – qui s'inscrit plus largement dans l'évolution de la place des médias dans nos sociétés – et d'ordre économique – qui permet d'augmenter le nombre d'entrées au musée :

⁴²⁸ Voir Chapitre 5, point 5.1 Les relations entre musées et marchés, p. 314.

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

Le musée est alors considéré comme un événement en lui-même et suit des logiques médiatiques et de marketing dans un objectif d'augmentation de l'audience. Le public est ici au centre de l'enjeu. Ce changement de paradigme a des conséquences sur le fonctionnement même de l'institution muséale : cette dernière devient « une machine culturelle où il doit se passer quelque chose » (Jacobi, 2016: 32) et, loin de circonscrire cet événementialisation à l'exposition temporaire, les initiatives pour créer du « quelque chose » se multiplient au sein des institutions. D'abord conçues comme des compléments parallèles aux expositions, les programmations culturelles développées par les musées sont aujourd'hui en bonne voie d'autonomisation. A ce titre, elles fonctionnent comme les foires et salons que nous avons vus *supra* : avec un événement central en général de l'ordre d'une exposition, et des événements parallèles – spectacles, conférences, repas, etc.

« L'analyse de la politique de l'offre des grands musées et plus encore celle de leur communication prouve sans ambiguïté qu'ils basculent dans l'événementiel et l'éphémère tout en se diversifiant et en entrant de plus en plus dans l'économie marchande » (Jacobi, 2013).

Toujours plus rapidement dense et renouvelée, ce que Jean Davallon avait qualifié d'« offre muséale » (1997: 7) se retrouve dans le champ de l'art africain et océanien, comme en témoigne l'organisation active d'événements par tous les musées de l'échantillon ou, dans le cas des musées en rénovation, leur participation à des événements hors les murs. Le Musée du quai Branly-Jacques Chirac possède un parcours permanent qui, si cela échappe peut-être au visiteur, est modifié régulièrement ; quatre espaces d'expositions temporaires qui permettent la création d'une dizaine d'expositions par année, sur des durées

variables allant de quelques semaines à une année, ainsi que des expositions hors les murs ou itinérantes ; des événements très diversifiés, tels que les *Before* du quai Branly-Jacques Chirac, des conférences et des spectacles, l'Université populaire, sans compter la programmation du département de la recherche qui développe colloques et journées d'étude ; des espaces variés avec l'Amphithéâtre Claude Lévi-Strauss, le salon de lecture Jacques Kerchache, etc. Même constat au Musée de l'Homme ou à la Fondation Musée Dapper à Paris. Même fermés pour rénovation ou travaux, les musées tiennent à rester actifs : le Musée royal de l'Afrique centrale a développé pendant sa fermeture une programmation « pop-up » : des expositions qui se tiennent dans d'autres musées, des objets des collections qui apparaissent ici et là dans le paysage culturel belge, des médiateurs envoyés hors les murs. Même constat au Musée d'ethnographie de Neuchâtel qui n'a pas fermé ses espaces d'exposition au même moment afin de maintenir le plus longtemps possible une programmation d'expositions et qui, même fermé, a maintenu un cycle de conférences et d'ateliers.

4.3.3 Les enchères : des événements millimétrés

Le principe de la vente aux enchères, connue depuis l'Antiquité, est simple : un prix est fixé pour un bien, et la personne proposant la somme la plus élevée en devient l'acquéreur⁴²⁹. Ce principe a été questionné par de nombreux chercheurs et sous des angles différents : l'émotion suscitée par les enchères (Bonnain Dulon, 2001), l'organisation professionnelle des commissaires-priseurs (Quemin, 1997), l'histoire des maisons et hôtels de ventes (Clerc, 2011, Lacey et Messadié, 1998), l'incidence du lieu sur la pratique (Candela; Castellani et Pattitoni, 2012), le rapport et l'attachement aux objets, etc.

La vente aux enchères tient une place importante sur le marché de l'art en général et, dans le champ de l'art africain et océanien, elle a gagné en importance ces dernières années, notamment grâce aux stratégies des deux leaders du domaine : Sotheby's et Christie's. Comme le rappelle Pomian (1987: 54) :

⁴²⁹ Notons que ce n'est pas ce principe qui a gouverné les débuts de Sotheby's puisqu'ils pratiquaient la vente dite « à la hollandaise » qui consistait à fixer un prix extrêmement élevé puis à baisser jusqu'à ce qu'une personne se porte acquéreuse. C'est Samuel Backer qui fixera au 18^e siècle le principe inverse.

« La vente de pièces de collections aux enchères publiques est un lieu privilégié où se montrent les hiérarchies et où s'opère la transformation de l'utilité en signification. Les ventes deviennent alors des événements mondains, commentés dans la presse et les correspondances du temps ».

D'abord mal organisées et peu régulières, les ventes aux enchères d'art africain et océanien se sont peu à peu structurées. Centralisées par Sotheby's et Christie's à Paris pour le marché européen, elles ont lieu deux fois par an à des moments précis, garantissant une logique de rendez-vous : en juin et en décembre. L'offre est ainsi concentrée, ce qui favorise la venue de tous les acteurs du champ : collectionneurs, galeristes, marchands en chambre, curieux, amateurs, conservateurs de musées, etc.

Les maisons ont en outre développé un nombre significatif d'outils, qui comme dans le cas des expositions et des foires, multiplient les couches d'événementiels liées à l'événement principal. Ainsi, les objets sont exposés durant les jours qui précèdent la vente et cette exposition donne lieu à un vernissage ; la vente et l'exposition peuvent être le prétexte à l'organisation d'autres événements tels que l'attribution de prix, la tenue de conférences, etc. ; les sites internet des maisons sont en outre utilisés pour la publication d'articles spécifiques sur certains objets, la diffusion de vidéos ou de portraits de collectionneurs, etc. ; finalement, un catalogue est édité pour chaque vente, tout comme le font les galeristes pour les foires et les musées pour les expositions.

Le catalogue fournit toutes les indications trouvées sur les objets et témoigne des recherches menées sur les collections mises en vente. En outre, il donne le prix estimé et est richement illustré. Finalement, les résultats de la vente sont publiés sur le site internet. Avec la vente qui est un événement ouvert à tous, les maisons fournissent beaucoup d'outils au public pour connaître les tendances du marché : elles accroissent ainsi leur influence, définissant la vente aux enchères comme un événement incontournable.

4.3.4 Bilan : les enjeux de l'événementiel

Nous avons vu que les événements sont au centre de la structure du champ : ventes aux enchères, foires et salons, expositions, le tout doublé de conférences,

de spectacles ou d'animations diverses, sont en développement constant. Pourquoi cet essor de l'événementiel et que peut-on conclure sur la structure du champ et son évolution actuelle ? Trois axes sont avancés en conclusion préliminaire de ce chapitre : une focalisation accrue sur les publics et leur élargissement ; un développement conséquent des stratégies marketing chez tous les acteurs du champ ; un effet d'émulation qui favorise la création et le maintien de réseau(x).

Le public au centre des préoccupations

Le public est aujourd'hui au centre des préoccupations des principaux acteurs du champ de l'art africain et océanien : si cela peut sembler normal dans le cas des ventes aux enchères ou des galeries, cela ne va pas forcément de soi pour l'institution muséale, dont les missions concernent aussi la recherche, la conservation et la restauration des objets, le développement de connaissances scientifiques, etc. Cependant, depuis quelques années, cette focalisation sur les publics s'est accrue et le musée semble suivre les mêmes logiques que le marché de l'art, développant une stratégie orientée en direction du public et de son expérience face aux objets ou dans l'institution. Comme le rappelle un colloque du ministère de la Culture français⁴³⁰, l'événementiel renforce et renouvelle la notion d'expérience que le public cherche à vivre et qui peut sembler en opposition avec le caractère figé de l'exposition muséale : la programmation événementielle atténue cet immobilisme en instaurant une logique de « rendez-vous », voire de quasi rituel, qui permet ainsi de faire revenir le visiteur dans des endroits où la temporalité peut être assez longue (une exposition durant en moyenne une année).

Si cet essor de l'événementiel s'observe du côté des musées, il est intéressant de noter qu'il concerne cependant tout autant les marchands : ces derniers n'ont en effet plus aucun intérêt à posséder une galerie, si ce n'est celui de pouvoir

⁴³⁰ L'atelier « L'événementiel, un outil pour créer du désir de musée » du colloque *Vie des Musées, Temps des publics*, ministère de la Culture, 21-23 juin 2017, Paris dont la synthèse est disponible en ligne à l'adresse : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Musees/Vie-des-musees-Temps-des-publics/Programme/Ateliers-actions/1.-Autres-temps-Autres-lieux/1.1-L-evenementiel-un-outil-pour-creer-du-desir-de-musee> [consulté pour la dernière fois le 28 avril 2018].

participer à des événements⁴³¹. L'objectif, comme pour les musées, est de créer des moments de rendez-vous et de faire revenir le visiteur.

Deuxièmement, il est intéressant de noter que les événements ne sont pas uniquement focalisés sur l'objectif d'attirer du public, mais aussi sur celui d'attirer *tous* ou *plus* de publics. Le développement de l'événementiel permet de couvrir toutes les *event*-ualités : atteindre un public non habitué, qu'il soit curieux, amateur ou connaisseur. Cela ne signifie pas seulement attirer un public de badauds ; il s'agit de toucher un public qui ne fréquente pas de manière régulière le lieu et cela varie selon les événements. Ainsi, comme nous l'avons vu, les foires couvrent des panels de publics différents et leur multiplication permet de toucher toujours plus de gens, pour les marchands, par exemple, mais pour les institutions muséales aussi. Julien Volper, conservateur du Musée royal de l'Afrique centrale, évoquait les avantages à avoir présenté une exposition du musée à la foire Brafa en 2014 :

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

Le public oriente alors le dispositif déployé : à qui s'adresse l'exposition des objets ? Des amateurs d'art, des touristes, des spécialistes de l'art africain ? Les exigences dans le choix des pièces exposées ainsi que dans leur mise en scène diffèrent selon les réponses apportées à ces questions.

⁴³¹ Certains galeristes confient même avoir des galeries uniquement dédiées à des événements, comme Pierre Loos d'Ambre Congo : « J'ai deux énormes galeries que je vais vous faire visiter dans quelques minutes, ici en dessous. Une étant une galerie permanente et l'autre une galerie événementielle, sur chaque fois 180 mètres carrés. Mais le problème c'est que depuis 4-5 ans, les galeries ferment les unes après les autres, les gens ne vont plus vraiment dans les galeries, sauf s'il y a un événement » (Extrait d'un entretien mené à Bruxelles, le 26 janvier 2015).

L'événementiel comme stratégie marketing

Cette communication adressée à des publics spécifiques afin de les attirer est souvent définie comme une politique de public au sein de l'institution muséale. Cependant, de plus en plus de voix, dans et hors du musée la qualifie de stratégie marketing :

« C'est ce que le service de communication appelle le "projet pop-up".
Maintenant on est dans un monde de communication et de placements de produits »⁴³².

Différentes recherches ont pointé la montée des stratégies marketing dans les musées et les inquiétudes qui les accompagnent : considérations éthiques, économiques, réflexions sur les missions des musées, etc. Certaines analyses relativisent le sentiment d'avilissement du musée et de la culture résultant d'une impression de soumission à des seules logiques économiques et mettent en avant l'acception large que le terme de marketing peut recouvrir : si ce terme est souvent assimilé à une démarche mercantile, dans laquelle le musée est réduit à une industrie sommée de faire des profits, Tobelem signale cependant qu'il implique surtout de mettre en relation un consommateur et un produit sur un marché (Tobelem, 1990: 12) et qu'il peut à ce titre être considéré comme un outil de diffusion et de promotion de la culture. En effet, si le marketing est d'abord considéré comme une activité relevant des entreprises, il est très rapidement admis qu'il peut servir à tout (Kotler et Levy 1969) : pour Kotler, par exemple, le marketing est une relation entre un public et un organisme ; cette acception implique qu'aucune structure ne pourrait faire l'impasse sur le marketing et que ses choix ne seraient pas d'en faire ou de ne pas en faire, mais de le faire bien ou de le faire mal.

Le marketing signifie donc, si l'on se détache des peurs que l'assimilation par le musée de techniques d'entreprise peut générer, prendre le point de vue du consommateur et le placer au centre de ses préoccupations et non la recherche de profits à tout prix : cette première application du marketing dans les musées est

⁴³² Extrait d'un entretien mené avec un conservateur du Musée royal de l'Afrique centrale à Bruxelles, le 15 juillet 2014.

passée par l'amélioration de l'expérience de visite (audio-guides, visites guidées, dispositifs mêmes, etc.), dans un premier temps, et par différents développements de produits dans un deuxième temps : l'événementiel est donc l'outil d'une stratégie marketing, elle-même considérée non comme une technique visant à faire du profit, mais comme une des techniques possibles pour cibler des publics précis. Cette analyse n'est pas applicable qu'au musée : c'est aussi le cas des galeries et des maisons de ventes aux enchères qui ont considérablement développé une stratégie marketing afin de toucher des publics définis. Au centre de cette stratégie, les événements et le catalogue⁴³³.

L'événementiel comme émulation

Ces événements créent une émulation : très fréquentés, circonscrits et facilement accessibles, ils permettent aux acteurs du champ de se retrouver en rendez-vous fixes. Ils créent aussi une ambiance qui favorise les échanges et les rencontres et sont très attendus et appréciés, comme le rappelle Marguerite de Sabran, directrice du département d'art africain et océanien de Sotheby's au sujet du *Parcours des Mondes* :

« Ils sont tous là : du directeur aux conservateurs. [...] A l'ouverture du Musée du quai Branly, en juin 2006, c'était incroyable ! Il y a eu en une semaine la vente de la collection Vérité, l'ouverture du Musée du quai Branly – enfin, c'est l'ouverture du Musée du quai Branly qui avait décidé de la date de la vente Vérité. Nous aussi on avait une vente cette semaine-là et plusieurs grandes galeries européennes et américaines avaient fait des expositions thématiques dans le quartier des Beaux-Arts. Et ça été une semaine incroyable ! C'est cette espèce de rendez-vous qui se repasse de temps en temps, au moment de *Parcours des Mondes* par exemple. Il y a des moments qui nous regroupent »⁴³⁴.

Si certains événements sont ouverts au public, d'autres sont privés et accessibles uniquement sur invitations ; cependant, cela n'empêche en général nullement la plupart des acteurs non invités d'investir les marges de ces événements. Ainsi, les

⁴³³ Voir *supra*, point Le public au centre des préoccupations, p. 307.

⁴³⁴ Extrait d'un entretien mené avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

marchands à la sauvette campent dans les rues devant les galeries lors des foires, les collectionneurs non invités arpentent les entrées et les galeristes encore trop peu expérimentés ou inconnus pour être de la partie cherchent des invitations ou tentent le tout pour le tout. Ainsi, des espaces interstitiels, entre la rue et l'officialité, émergent et permettent aux réseaux d'exister et de se renouveler. Nombreux sont les acteurs à pointer l'importance du facteur humain associé à celui du hasard dans la réussite et le succès du marché : la rencontre, entre un galeriste et un collectionneur, entre un collectionneur et une œuvre, entre un marchand et une collection, est le cœur de l'activité.

Ce panorama des événements peut donner l'impression que chaque acteur possède son propre type d'événement : les expositions aux musées, les ventes aux enchères aux maisons de ventes, les foires aux galeristes. Si cette attribution fonctionne dans les grandes lignes, on remarque bien vite à s'y pencher de plus près que la cartographie du champ est plus complexe et que les frontières tendent à se brouiller extrêmement rapidement : certains galeristes organisent des expositions dans lesquelles aucun objet n'est à vendre⁴³⁵ ; les musées participent de plus en plus aux salons et foires (Doyen, 2015) ; les maisons de ventes délivrent des prix et publient des ouvrages scientifiques ; etc. Le marché est aujourd'hui constitué d'une multitude de segments et d'acteurs, fonctionnant ensemble, en concurrence ou en collaboration.

4.4 BROUILLAGES

Cette cartographie a accordé une large préférence à la description et à l'analyse de la structure des marchés de l'art africain et océanien davantage qu'à celle des musées d'ethnographie. Cette dissymétrie d'attention est due à une lacune dans la recherche actuelle sur la situation et l'évolution des marchés de l'art africain et océanien qu'il m'a paru bon de rectifier. Sans une compréhension fine des relations entre marchands ainsi que des enjeux hiérarchiques, économiques et politiques sur les marchés mêmes, il semblait impossible d'effectuer une analyse pertinente des relations nouées entre marchands et musées. Des points communs sont cependant apparus entre ces deux sphères a priori opposées : une

⁴³⁵ Comme l'exposition sur le Vaudou fon proposé par Serge Schoffel à la Brafra 2014.

prééminence de certains goûts plutôt que d'autres tant dans les collections privées que publiques et la montée de tous côtés de l'événementiel et de l'offre d'activités liées à l'étude et à la présentation de ces collections. En outre, sur le marché plus particulièrement, il apparaît que, si une hiérarchie existe entre les acteurs, le principe d'étanchéité stricte n'existe pas. Tout d'abord, les lieux sont très connectés et fonctionnent selon un principe d'émulation, bien que leur stratégie soit quelque peu différente : davantage de galeristes et de salons à Bruxelles, et les enchères à Paris, ces deux systèmes de ventes étant transformés en *moments* à ne pas manquer. L'analyse de ces moments clés a montré qu'ils touchaient un public varié – amateurs d'art général, spécialistes de l'art africain, curieux, touristes, chercheurs – cette variété permettant d'ouvrir largement autant les marchés que les musées. Les publics se diversifient et naviguent entre offre événementielle muséale ou marchande. Si les rôles sont répartis et hiérarchisés, tout comme les publics, ils sont très variés et de nombreuses zones grises existent, permettant aux acteurs d'endosser plusieurs rôles à la fois, à tour de rôle, de se repositionner rapidement dans le champ, d'évoluer : le collectionneur-marchand-scientifique, l'ancien conservateur aujourd'hui galeriste, le chercheur responsable de département de maisons de ventes aux enchères, etc. Les rôles ne sont dans tous les cas pas définis par des connaissances spécifiques ou une formation stricte. Finalement, bien que les rôles soient variés et qu'une grande flexibilité existe, les acteurs naviguant sur cette carte ont tous deux points communs : premièrement, ils se définissent comme des intermédiaires et, deuxièmement, ils considèrent que chacun a une place définie au sein du champ et un rôle différent malgré « des approches parallèles »⁴³⁶. « Nous avons besoin des uns des autres » rappelait Didier Claes.

⁴³⁶ Extrait d'un entretien mené avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2015.

CHAPITRE 5 : CONSTRUIRE ET FIXER LA VALEUR D'UN OBJET

Nous avons précédemment vu quelles dynamiques structuraient le champ de l'art africain et océanien et esquissé une cartographie temporelle et spatiale des musées d'ethnographie dans les régions concernées par cette recherche. Nous avons mis en évidence le fait que, tant du côté des marchés que de celui des musées, les acteurs disent avoir besoin les uns des autres, et ce malgré des logiques de concurrence, voire des rancunes. Marguerite de Sabran, directrice du département d'art africain et océanien chez Sotheby's, souligne les « dynamiques parallèles » que tous les acteurs du secteur suivent, selon elle :

« Quand le quai Branly fait une exposition sur les mains de maîtres de la Côte d'Ivoire, on est dans la même dynamique. Ça ne veut pas dire qu'on s'est parlé, mais en tous les cas, les dynamiques sont à peu près les mêmes, je pense. C'est pour ça aussi qu'on a des rapports, en dehors de la collaboration très précise sur les expositions. On se parle, on se voit et les gens qu'on fait travailler sur les textes de nos catalogues sont des gens qui travaillent aussi pour les musées : on a les mêmes réseaux d'informations, on n'est pas opposés dans nos engagements, dans nos visions ou dans la façon dont on défend les choses »⁴³⁷.

Son discours rappelle que musées et marchés ne collaborent pas uniquement lors d'achats ou lors de prêts pour des expositions. En se calquant sur mon processus de recherche et en partant donc des observations empiriques, la première partie de ce chapitre énumère et décrit les différents types de relations dans lesquelles musées et marchés sont engagés de façon à disséquer, dans un second temps, ce que ces relations – ou l'absence de relations dans certains cas – disent du fonctionnement des musées d'ethnographie et des marchés de l'art africain et océanien aujourd'hui. La seconde partie examine pourquoi les discours des acteurs se focalisent sur des catégories relativement strictes et quels sont les enjeux de ces processus de catégorisation. Cette réflexion nous mènera finalement à analyser la construction de la valeur des objets : quels sont les critères définis

⁴³⁷ Extrait d'un entretien mené à Paris, le 4 janvier 2016.

comme constitutifs de la valeur et comment se construit la déclaration d'authenticité d'un objet ? Répondre à cette question nous forcera à analyser la place de l'irrationnel dans la construction de la valeur et à mettre à jour, dans la troisième et dernière partie, les processus d'objectivation et de standardisation de cette valeur.

5.1 LES RELATIONS ENTRE MUSÉES ET MARCHÉS

Il est tout d'abord intéressant de souligner que dans la plupart des enquêtes menées sur ce terrain, si différents types de relations entre musées et marchés ont émergé, les acteurs se sont en général focalisés sur les achats : ils évoquent ainsi les achats qui ont lieu, mais aussi et surtout ceux qui n'ont pas lieu. C'est qu'il existe d'une part de nombreux marchands qui refusent d'entretenir des liens avec les musées ou qui n'en ont jamais l'occasion ; d'autre part, certaines institutions muséales soulignent officiellement leur absence de relations avec des intermédiaires du marché de l'art⁴³⁸ ou, d'autre part, certains acteurs de ces institutions, à titre individuel souvent, affirment leur volonté de ne pas développer ce type de liens. Cependant, des activités parallèles, marginales, plus nuancées apparaissent toujours : « Certains de mes collègues ont fait des conférences pour, je pense, le *Parcours des Mondes* »⁴³⁹ ; « On a des rapports avec certaines galeries, ça se sait »⁴⁴⁰ ; « Tout marchand un peu consciencieux, qui a un certain niveau de qualité et de notoriété et qui a le courage d'aller voir les musées et d'établir des contacts avec eux, a bien sûr des relations commerciales avec les musées »⁴⁴¹.

⁴³⁸ Comme le Musée de l'Homme ou le Musée d'ethnographie de Neuchâtel : Marc-Olivier Gonseth spécifiait dans un entretien « Je pourrais ajouter que nous avons collectivement renoncé à appliquer la recette que Jacques avait adoptée, à savoir recevoir régulièrement au Musée au moins un collecteur d'objets (africains en l'occurrence) et lui acheter quelques pièces en fonction du budget disponible et d'appréciations plus ou moins pertinentes quant à la qualité des objets présentés et à la possibilité qu'ils offriraient de "compléter" les séries déjà présentes dans les collections ».

⁴³⁹ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

⁴⁴⁰ *Idem*.

⁴⁴¹ Extrait d'un entretien mené avec Pierre Loos à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

Quelles sont alors ces activités marginales ou différentes de l'achat à proprement parler ? Après avoir passé en revue les motifs des achats et leurs modalités, ce chapitre s'attache à décrire les activités au sein desquelles naissent des formes complexes de liens et d'échanges : les expositions, les publications, les expertises, mais aussi le mécénat de marchands ou le rôle des Sociétés des Amis.

5.1.1 Quand il y a un acheteur et un vendeur

La première zone d'activité dans laquelle les musées et marchés entrent en contact est bien évidemment l'acquisition d'objets pour l'enrichissement des collections muséales. Toutes les institutions n'ont pas la même politique d'acquisition, voire n'ont pas une politique d'acquisition strictement définie, mais il est rare qu'un musée n'acquiert pas du tout, puisque l'acquisition est même citée comme une des missions du musée dans la définition proposée par l'ICOM⁴⁴². Preuve en est que toutes les institutions de l'échantillon ont acheté des objets entre 2013 et 2017. Toutes n'ont cependant pas suivi la même procédure ou la même politique.

Pourquoi acheter ?

Notons en préambule que les achats des musées sur le marché ne se sont pas tous effectués dans les mêmes proportions : si les musées d'ethnographie achètent dans l'ensemble peu – une poignée d'objets chaque année – le Musée du quai Branly-Jacques Chirac se distingue par le nombre important d'acquisitions par an – plus d'une centaine pour les objets hors iconographie, plus de mille, iconographie comprise⁴⁴³. Les institutions se différencient aussi par les types d'objets acquis et les critères de sélection : « les pièces majeures et esthétiques » pour le Musée du quai Branly-Jacques Chirac-Jacques Chirac, car « le choix esthétique de grandes icônes est la marque du Musée du quai Branly-Jacques Chirac – Jacques Chirac »⁴⁴⁴. Du côté du Musée de l'Homme, les collections ethnographiques ont été annexées par le Musée du quai Branly-Jacques Chirac au moment de sa fondation, mais la décision de reconstituer des collections est prise en 2008

⁴⁴² Définition du 24 août 2007, <http://icom.museum/la-vision/definition-du-musee/L/2/> [consulté pour la dernière fois le 18 avril 2018].

⁴⁴³ Voir l'annexe 5.1 : le résumé des rapports d'activité du MQB (2013-2016), section « comparaison des acquisitions entre 2013 et 2017 ».

⁴⁴⁴ Projet scientifique et culturel du MQB, 2016. Disponible en ligne sur <http://www.quaiBranly-JacquesChirac.fr/fr/missions-et-fonctionnement/rapports-dactivite/> [consulté pour la dernière fois le 18 avril 2018].

lorsqu'est créé le groupe de réflexion sur le futur du Musée de l'Homme. Les objets doivent cependant appartenir à certaines thématiques : objets-produits des traitements techniques des matières, objets-outils dans le rapport de l'homme à son environnement, objets-porteurs des représentations de l'environnement, objets-médiateurs dans les relations de l'homme au surnaturel, objets-marqueurs des spécificités culturelles du corps humain, objets-résultats d'échanges dans le contexte de la mondialisation⁴⁴⁵. « L'art pour l'art, c'est fini », précisait Tatiana Fougal, co-responsable de l'équipe anthropologie évolutive au Musée de l'Homme et commissaire générale de l'exposition permanente⁴⁴⁶, soulignant la différence avec la politique d'acquisition du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, mais aussi la différence avec une éventuelle politique passée.

Du côté belge, les rapports des commissions d'acquisition du Musée royal de l'Afrique centrale donnent quelques informations sur les objets achetés et les critères d'acquisition : l'usage encore actuel de l'objet, l'historique et la provenance documentés, un intérêt pour la recherche en cours dans le domaine, mais aussi pour l'exposition de référence du musée ou les possibilités de publications et, finalement, les prix jugés corrects ou raisonnables. Le Musée d'ethnographie de Genève et celui de Neuchâtel achètent aussi régulièrement, bien que selon des politiques complètement différentes : si celui de Genève acquiert des objets d'art africain, océanien, asiatique ou américain, le musée de Neuchâtel suit une politique d'acquisition très orientée en direction de l'Europe contemporaine⁴⁴⁷.

Les motifs d'achats peuvent donc être divers et leur observation montre, pour les musées de l'échantillon de recherche du moins, des choix qui orientent différemment les collections et, par conséquent, les politiques générales des institutions. Le premier élément important est le lien à la recherche qui s'effectue au sein du musée seul ou en collaboration avec des partenaires académiques : si le Musée de l'Homme et le Musée royal de l'Afrique centrale plébiscitent des objets en lien avec les thématiques de recherche, cet axe n'apparaît pas fortement dans la

⁴⁴⁵ Documentation interne sur la politique d'acquisition.

⁴⁴⁶ Entretien mené à Paris, le 18 février 2016.

⁴⁴⁷ Voir par exemple le détail fait par Marc-Olivier Gonseth dans la partie « phase objet » de son article *Un atelier expographique* (Gonseth, 2005: 388).

politique du Musée du quai Branly-Jacques Chirac. Le concept de musée-laboratoire pèse ici fortement sur la politique d'acquisition et bien que le Musée du quai Branly-Jacques Chirac possède un département de recherche, ce dernier n'est pas assez intégré au musée pour que les terrains des chercheurs influencent de manière décisive les acquisitions.

Un motif important est aussi la place que l'objet peut trouver au sein d'une exposition future ou de référence de l'institution. Cette politique d'achat est très forte au Musée d'ethnographie de Neuchâtel, par exemple, où une grande partie des objets achetés chaque année le sont pour compléter des expositions⁴⁴⁸. En raison du renouvellement des expositions, la politique d'acquisition peut donc se modifier suivant les années où les moments de vie d'un musée : si le Musée de l'Homme a décidé depuis sa réouverture de limiter les achats auprès d'antiquaires, pour des raisons que nous verrons *infra*⁴⁴⁹, les relations étaient jusque dans les années quatre-vingt plutôt bonnes et des achats étaient régulièrement effectués en ventes publiques ou auprès de galeristes⁴⁵⁰. Comme le rappelait Hélène Joubert, conservatrice des collections Afrique au MQB, la politique d'acquisition du musée au moment de l'ouverture du Pavillon des Sessions au Louvre s'est focalisée sur l'acquisition de chefs-d'œuvre, alors que la réflexion sur le parcours de l'exposition de référence du musée a mené à l'acquisition d'objets pour combler certaines lacunes et tendre à une exhaustivité⁴⁵¹. Le « potentiel expographique » d'un objet est même devenu dans certains cas un argument majeur de son acquisition : si l'objet ne peut être exposé, il n'a aucun intérêt, comme le note Philippe Peltier :

⁴⁴⁸ Voir ainsi les acquisitions enregistrées en 2014, dont la majorité constitue des objets de l'exposition *Hors-Champs*. Le dernier achat à un marchand s'est d'ailleurs effectué dans le cadre de la préparation de l'exposition *Figure de l'artifice* comme le confirme Marc-Olivier Gonseth au sujet d'un masque *wé* (MEN 06.65.1) : « Le nouveau principe que nous avons adopté était de déterminer les thématiques que nous comptions développer et d'examiner ensuite s'il y avait lieu d'intégrer des objets que nous n'aurions pas déjà et qui seraient susceptibles de porter ces thématiques dans une exposition. Nous avons selon ce principe acheté en 2006 au même marchand africain de passage un masque *wè* qui a immédiatement pris place dans un espace de l'exposition *Figures de l'artifice* consacré à l'Homme augmenté ».

⁴⁴⁹ Voir point suivant, De la difficulté d'une transaction, p. 321.

⁴⁵⁰ Par exemple, la préemption de nombreux objets de l'expédition de La Korrigane à Drouot le 4 et 5 décembre 1961.

⁴⁵¹ Entretien avec Hélène Joubert mené à Paris, le 9 septembre 2014.

« Je ne vais pas commencer à acheter des objets de deuxième zone, car ces objets, soit je les ai dans les réserves et ça ne sert à rien que je les accumule, soit, même si je les achète, on n'arrive pas à présenter tout ce que j'ai car on n'a pas des surfaces de présentation dantesques. Du coup, ce que je vais acheter là, je n'arriverai pas à les présenter, donc ça ne vaut pas la peine que je les achète. Je ne les présenterai jamais ».

Cet argument semble prendre le pas sur le « potentiel documentaire » de l'objet ou son apport à la recherche ; les politiques d'acquisition illustrent donc de manière plus générale la vision du rôle de l'institution et du musée d'ethnographie : orienté recherche ou orienté exposition. Ces motifs d'acquisition répondent aux principales missions du musée : acquérir, documenter, transmettre. Cependant, l'équilibre entre les axes semble dans la pratique parfois difficile à maintenir.

En outre, se pose la question de se concentrer sur certains points forts des collections, pour définir des pôles d'excellence de l'institution, ou de constituer des collections représentatives et relativement exhaustives des sociétés des cinq continents. Tatiana Fougal relève l'importance de connaître et de consulter les collections des autres musées d'ethnographie avant d'acquérir un objet : « il faut veiller à ce que les collections des différents musées ne se répètent pas, il faut définir notre pôle d'excellence, il faut que les collections soient complémentaires et cohérentes par rapport au réseau des musées européens ». Cet objectif de complémentarité peut parfois entrer en conflit avec l'axe d'acquisition propre au musée ; ainsi, dans un contexte où les musées ont acquis des pièces relativement identiques, dû à une forme de formatage du goût ou des pays plébiscités⁴⁵², acquérir des objets encore peu représentés dans les musées d'ethnographie européens signifie souvent ouvrir de nouveaux horizons géographiques ou thématiques au sein des collections. C'est la décision prise par le Musée royal de

⁴⁵² Sur le formatage des collections ethnographiques, voir l'article co-écrit avec Serge Reubi sur l'histoire des fondations des Musées d'ethnographie et les raisons qui ont poussé scientifiques et politiques à acquérir des ensembles relativement identiques (Doyen et Reubi, 2017).

l'Afrique centrale, par exemple, lors de l'acquisition en 2013 d'objets Jiye⁴⁵³. Les objets étaient les premiers de ce type au MRAC, mais aussi dans les musées européens et sortaient de la zone géographique historiquement et normalement plébiscitée par le MRAC (l'Afrique centrale, même si comme nous l'avons vu *supra*, cette limitation géographique a connu de nombreuses reconfigurations). Si le MRAC fait le choix d'ouvrir de nouvelles zones géographiques, le conservateur des collections Océanie du Musée du quai Branly-Jacques Chirac insiste quant à lui sur le non-intérêt qu'il aurait à acquérir des objets de séries ou de régions absentes des collections actuelles : « On ne va pas actuellement commencer des collections sur des régions où je suis très, très faible »⁴⁵⁴.

L'intérêt des musées à se positionner en complémentarité les uns des autres témoigne aussi d'une forme de concurrence entre institutions et d'une participation du musée à la construction identitaire de la ville, voire de la nation (Doyen et Reubi, 2017) : cette forme de concurrence entre les institutions, et donc de concurrence entre les discours scientifiques proposés, est particulièrement prégnante dans le cas des musées d'ethnographie où, comme nous l'avons vu, plusieurs discours sur le rôle des objets et leur valeur cohabitent⁴⁵⁵. La politique d'acquisition des musées d'ethnographie se construit donc autour de l'histoire de l'institution elle-même, mais aussi par opposition ou collaboration avec les autres musées, comme en témoignent la réflexion et le discours sur la politique d'acquisition du Musée de l'Homme où une opposition entretenue avec le quai Branly-Jacques Chirac persiste : « contrairement au Musée du quai Branly, le Museum n'a pas de relations avec les antiquaires » ; « contrairement au Musée du quai Branly-Jacques Chirac, le Museum a un budget d'acquisition très restreint »⁴⁵⁶ ; etc.

⁴⁵³ Rapport de la réunion de la *Humanities Collection Commission* du 16 avril 2013, document interne, archives du MRAC.

⁴⁵⁴ Extrait d'un entretien mené avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

⁴⁵⁵ Voir *supra*, Chapitre 2, point Des musées face aux choix scientifiques, pédagogiques et artistiques, p. 113.

⁴⁵⁶ Extraits d'entretiens menés avec des chercheurs et conservateurs du Musée de l'Homme entre 2014 et 2016.

Finalement, il est intéressant de noter que ces rapports, décisions de comité ou documents explicatifs sur les politiques d'acquisition des musées d'ethnographie différencient aussi les types d'achats en distinguant les achats faits auprès d'intermédiaires et les achats faits sur les terrains de recherche des ethnologues. Ces derniers sont souvent dénommés *collecte* plutôt qu'*achat*. Ainsi, le deuxième axe d'acquisition du Musée du quai Branly-Jacques Chirac spécifie qu'il s'intéresse aussi aux « acquisitions, peu onéreuses, en envoyant notamment des conservateurs sur le terrain à l'exemple des "enquêtes-collectes" »⁴⁵⁷. Le Musée d'ethnographie de Neuchâtel a pour habitude de travailler en collaboration avec l'Institut d'ethnologie voisin et de solliciter les chercheurs lors de leurs recherches de terrain : aujourd'hui, plusieurs collections proviennent de ces achats et quelques objets sont présentés dans l'exposition de référence *L'impermanence des choses*⁴⁵⁸. Cette modalité d'acquisition est par contre souvent peu détaillée : s'il est convenu qu'une collecte s'applique lorsque l'ethnologue acquiert des objets sur le terrain, il n'est par contre que rarement spécifié si ce dernier achète les objets (auquel cas un budget spécifique est-il prévu ?), s'il les échange (contre quoi ?), tente de se les faire offrir, etc. Cette pratique reste donc peu formalisée et si les achats aux marchands sont parfois considérés comme problématiques, les achats sur le terrain sont très rarement remis en question ou dénigrés et illustrent le poids de l'histoire de la discipline et de ces musées, constitués en grande partie grâce aux collectes sur le terrain : la collecte fait partie du travail d'ethnologue et est mise en valeur, car elle annihilerait le nombre d'intermédiaires entre l'objet et l'institution muséale, garantissant ainsi une connaissance moins « érodée ». Cette conception de la collecte rejoint là une qualité aussi prêtée au marchand qui a la possibilité de se rendre sur le terrain⁴⁵⁹, mais passe sous silence le fait que de

⁴⁵⁷ Comme l'ont confirmé les conservateurs lors des entretiens, notamment Julien Rousseau pour l'Asie (entretien mené le 14 octobre 2014 à Paris), Hélène Joubert pour l'Afrique (entretien mené le 9 septembre 2014 à Paris) ou Magali Mélandri pour l'Océanie : « Moi, par exemple, quand je suis partie aux Salomon pour la préparation de mon exposition, j'ai en même temps fait une collecte de monnaies coutumières » (extrait d'un entretien mené à Paris le 10 décembre 2015).

⁴⁵⁸ Les objets en lien avec les cultes des Saints collectés par David Bozzini en Italie ou les peintures d'art san collectées par Leila Baracchini sur son terrain de thèse, par exemple.

⁴⁵⁹ Voir *supra*, Chapitre 4 point Le galeriste : construire une identité professionnelle, p. 243.

nombreux intermédiaires et marchands existent déjà sur les terrains mêmes des recherches (Steiner, 1991).

Les acquisitions des musées d'ethnographie de l'échantillon de recherche témoignent donc de leurs choix de positionnements, ces derniers étant liés tant à l'histoire de l'institution qu'à la place qu'elle désire intégrer dans le paysage national et international des musées ou qu'aux caractéristiques administratives. Ainsi, le Musée du quai Branly-Jacques Chirac se positionne comme un musée dont les caractéristiques correspondent davantage aux musées d'art : il est considéré comme un musée de Beaux-Arts⁴⁶⁰, ses budgets d'acquisition sont plus élevés et correspondent aux budgets des musées nationaux de beaux-arts français⁴⁶¹ et ses modalités d'acquisitions se rapprochent de ces musées qui pratiquent majoritairement l'achat, contrairement aux musées d'histoire naturelle historiquement davantage orientés en direction des collectes⁴⁶². Ce musée est cependant une exception au cœur du paysage des musées d'ethnographie de l'échantillon de recherche.

De la difficulté d'une transaction

Si les musées définissent des politiques d'acquisitions et d'achats, nous avons vu que – le Musée du quai Branly-Jacques Chirac mis à part – les musées d'ethnographie de l'échantillon de recherche n'ont acheté que dans de très rares cas. Plusieurs raisons expliquent cette peine à acheter des objets. Tout d'abord, les paramètres de stockage et la place dévolue aux collections sont des critères importants dans l'acquisition d'objets. Ainsi, en 2013 le MRAC refuse un don jugé intéressant au motif que les paramètres de stockage sont beaucoup trop contraignants⁴⁶³. Ensuite, les budgets d'acquisition des collections se sont vus

⁴⁶⁰ Voir *supra*, la situation juridique du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, Chapitre 3, point 3.1.2 Le Musée du quai Branly-Jacques Chirac et le Pavillon des Sessions du Louvre, p. 170.

⁴⁶¹ Par exemple, le Centre Georges Pompidou et son budget d'acquisition à 1,8 millions, le Grand Palais à 1,6 millions, etc.

⁴⁶² Voir *supra*, Chapitre 2, point Le musée-conservatoire et les sciences naturelles, p. 113.

⁴⁶³ Il s'agit du tissu Séverin exposé à l'Exposition universelle de 1935 : « Dit olieverfschilderij op doek heeft een interessante documentaire waarde. Voor een goede bewaring zou het op een spieraam geplaatst moeten worden. In dat geval vormen de afmetingen, 6 x 2 m, een probleem voor bewaring. De kosten die deze schenking met zich

drastiquement réduits ces dernières années, alors qu'en parallèle les prix des objets sur le marché ont connu une flambée importante : nombreux sont les conservateurs à se souvenir d'objets proposés à l'achat et refusés pour cause de prix trop élevés⁴⁶⁴. Seul le Musée du quai Branly-Jacques Chirac tire son épingle du jeu en allouant un budget relativement conséquent aux acquisitions, plus d'un million d'euros⁴⁶⁵.

S'il est difficile d'acheter sur le marché de l'art pour un musée, il est aussi difficile pour un marchand de vendre à un musée : la procédure est longue et ne rapporte pas beaucoup d'argent⁴⁶⁶, comme en témoignent autant marchands que conservateurs :

« Parce qu'ils [les galeristes] n'aiment pas vendre aux musées ! Parce qu'on met très long à payer et parce que l'objet sort du marché. S'ils vendent à un

mee zouden brengen, loopt toch op tot 3500 € voor de bewaring (Cette peinture à l'huile sur toile a une valeur documentaire intéressante. Pour un bon stockage, il faudrait la placer sur une civière. Dans ce cas, les dimensions, 6x2 m, posent un problème de stockage. Les coûts que ce don entraînerait s'élèveraient encore à 3500 € pour le stockage ». Rapport de la réunion de la *Humanities Collection Commission* du 16 avril 2013, document interne, archives du MRAC.

⁴⁶⁴ Par exemple, Nicolas Cauwe, conservateur des collections océaniques au Musée d'art et d'histoire du Cinquantième, se souvient dans un entretien d'une pagaie de l'Ile de Pâques proposée par le marchand Anthony Meyer au prix de 250 000 euros, inaccessible pour le musée ; les rapports d'acquisition du MRAC font état en 2013 d'une proposition d'achat de tableaux pour un prix total de 14 100 euros. L'achat est refusé par la direction au motif d'un prix trop élevé ; Philippe Peltier note : « Je ne sais pas si vous avez vu dernièrement les résultats des ventes de New York, ça devient inaccessible. C'est un critère rédhibitoire et je me dis que ça ne vaut pas la peine que je me mette dessus. Ce n'est même pas la peine que je les regarde, car je ne les aurai jamais » ; etc.

⁴⁶⁵ Voir l'annexe 5.1 : Résumé des rapports d'activités du MQB (2013-2016), section « gestion et budget ». Des budgets, comme je le rappelais *supra*, équivalents à ceux des musées de beaux-arts français.

⁴⁶⁶ Si la procédure peut varier selon les institutions, elle reste globalement la même dans les différentes étapes : une commission d'acquisition se réunit en des moments précis de l'année (d'une à trois fois) et analyse les dossiers d'objets soumis à des demandes d'achats. Dans le cas des ventes aux enchères, le prix n'étant pas connu avant la vente, certaines institutions acceptent d'analyser un dossier dont le prix est indicatif ou avec une limite à ne pas dépasser, ou de se réunir de façon extraordinaire. Cependant, toutes ne le font pas et freinent ainsi l'acquisition lors des enchères. En outre, le paiement s'effectue parfois en tranches et, le temps que la commission se soit réunie, ait accepté puis que les services de compatibilité aient intégré le montant d'achat et effectué le paiement, plusieurs mois peuvent s'être écoulés.

privé, ils peuvent penser que quinze ans après l'objet sera sur le marché. Nous, on sort les objets du marché et ils n'ont plus de valeur financière »⁴⁶⁷.

La procédure est lourde administrativement et peut s'étendre sur un long laps de temps, forçant le marchand à immobiliser un objet – et par conséquent la somme d'argent qu'il représente. Cette opération nécessite de posséder une capacité financière importante et ne concerne donc que les marchands situés sur le haut de la pyramide, les *leaders*⁴⁶⁸. En outre, la vente à un musée demande souvent des trésors de diplomatie et des efforts soutenus que les marchands ne sont pas prêts à fournir dans tous les cas : la collaboration n'est ainsi pas vue comme un avantage, le rapport entre l'effort investi et le gain financier escompté pouvant être relativement mauvais :

« Je ne travaille pas beaucoup avec les musées. J'ai déjà essayé auparavant de constituer des dossiers, mais il faut savoir que l'administration française ce n'est pas vraiment ce qu'il y a de plus rapide. Et nous, en tant que marchands, en général quand on s'adresse à des musées, ce sont des objets importants. Donc importants signifie coûts importants, pour nous et pour l'acheteur, donc ce n'est pas simple »⁴⁶⁹.

Ces contraintes d'un achat d'objet par un musée rappellent que parfois, tant du côté de l'institution muséale que du marché, la collaboration n'est pas souhaitée. Du côté des musées, lorsque sont évoqués les liens entre marchés et musées, ressort bien souvent le spectre des provenances douteuses et des trafics illicites. Ainsi, les conservateurs des musées d'ethnographie soulignent tous à l'unanimité la frontière qui existe entre ces milieux, une frontière non explicite dans le code de déontologie de l'ICOM, mais qui le laisse entendre⁴⁷⁰ : « Non on ne mélange

⁴⁶⁷ Extrait d'un entretien mené avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

⁴⁶⁸ Voir *supra*, Chapitre 4, point Système de hiérarchisation des acteurs, p. 272.

⁴⁶⁹ Extrait d'un entretien mené avec Lucas Raton à Paris, le 24 novembre 2015.

⁴⁷⁰ Code de déontologie de l'ICOM, articles 1.10, politique commerciale : « Quelle que soit la source de financement, les musées doivent garder le contrôle du contenu et de l'intégrité de leurs programmes, expositions et activités » ; 8.15, rapports avec les marchands : « Les professionnels des musées ne doivent pas accepter d'un négociant, marchand, commissaire-priseur ou autre, des cadeaux ou libéralités, quelle qu'en soit la

pas », « Il y a une ligne rouge qu'on essaye de ne pas franchir », « Je ne vois pas ce que je pourrais vous dire étant donné que je n'ai pas de liens avec les antiquaires », « aucun objet de la collection ne provient d'antiquaires ». Le contexte sensible, évoqué dans les premières pages de ce terrain, s'observe ici dans toute son ampleur et masque parfois des réalités plus nuancées. En effet, la vente d'un objet à un musée valorise le travail du marchand et est généralement considérée comme une reconnaissance de son travail. Les marchands doivent donc trouver un équilibre, qui relève d'une stratégie étudiée, entre vendre des pièces au musée, mais pas uniquement aux musées et pas en trop grand nombre, de façon à ne pas perdre trop de temps, d'argent et d'objets qui, comme le rappelle Philippe Peltier, seront extraits du marché une fois dans les collections muséales. D'autres voies sont alors plébiscitées pour acquérir cette valorisation et cette reconnaissance de leur travail, ceci afin de collaborer en dehors des simples négociations autour des objets.

5.1.2 Quand le marchand est intermédiaire

Une des voies que le marchand peut emprunter pour entrer en contact avec les musées sans s'encombrer des lourdes procédures de transactions d'objets consiste à faire l'intermédiaire : entre les musées et les collectionneurs, entre les musées et les objets, entre les musées et d'autres vendeurs, etc.

Le marchand intercède

Les marchands, qu'ils soient galeristes ou collaborateurs de maisons de ventes aux enchères, possèdent une connaissance étendue des mouvements des pièces : catalogues de ventes, registres personnels, bases de données des clients permettent entre autres aux marchands de savoir précisément dans quelles collections se situent quels objets. Ces informations sont précieuses pour les musées, car elles leur permettent d'acquérir les objets ou de les emprunter pour des expositions. Les marchands sont donc régulièrement sollicités pour trouver les pièces recherchées :

forme, pouvant conduire à l'achat ou à la cession d'objets ou à l'obtention de passe-droits administratifs. En outre, ils ne doivent jamais recommander de manière particulière un marchand, commissaire-priseur ou expert à un membre du public ». Accessible sur le site : <http://www.icom-musees.fr/uploads/media/publication/ICOM-code-Fr-web.pdf> [consulté pour la dernière fois le 18 avril 2018].

« Sur des expositions thématiques, les musées ont besoin d'objets provenant des collections privées. C'est dans tous les domaines : en art moderne, en art contemporain, etc. [...] on est très sollicités : “est-ce que vous savez où est tel ou tel objet ?” »⁴⁷¹.

Mais les marchands peuvent aussi aller plus loin et intercéder en faveur du musée pour que le collectionneur donne une partie ou l'entier de sa collection. C'est le travail qu'a effectué Lucas Ratton pour le legs d'un de ses acheteurs au Musée de l'Homme⁴⁷². Le galeriste Gilbert Huguenin rappelle quant à lui que plus de trois-cents objets de la collection du Musée d'ethnographie de Neuchâtel sont entrés au musée grâce à son intermédiaire⁴⁷³. Pourquoi endossent-ils ce rôle d'intermédiaire, alors que les conservateurs connaissent la plupart des collectionneurs et ont des contacts avec eux :

« Même si de toute façon on a des contacts avec les collectionneurs, puisqu'on les voit, je pense qu'il y a vraiment cette relation un peu triangulaire qui est enrichissante aussi pour nous, puisque nous on ne connaît pas tous les collectionneurs. Certains sont très timides. Certains marchands savent très bien qu'ils ont vendu tant et tant de pièces à des collectionneurs qui restent discrets et qui parfois ne veulent pas être en contact avec le musée »⁴⁷⁴.

Les conservateurs n'ont d'une part pas forcément connaissance de l'existence des collectionneurs et, d'autre part, même s'ils se connaissent, la relation reste compliquée : il est fréquent que les collectionneurs ne souhaitent pas que leur nom apparaisse dans les cartels des musées ou plus encore, ne veulent pas que les prêts d'objets se fassent à leur nom, pour éviter d'être connu des institutions, ce qui

⁴⁷¹ Extrait d'un entretien mené avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016. Citons aussi par exemple le rôle d'intermédiaire qu'a joué le galeriste Lucas Ratton dans le prêt des pièces Sénoufo pour l'exposition *Sénoufo : art et identité en Afrique de l'Ouest* (28 novembre 2015-6 mars 2016) à Montpellier.

⁴⁷² Les pièces de Michel Dray actuellement exposées dans l'exposition permanente du musée, voir aussi le Communiqué du Musée de l'Homme à ce sujet, annexe 5.2 : documents concernant la collection Michel Dray au Musée de l'Homme.

⁴⁷³ Par exemple, la collection Jeunet.

⁴⁷⁴ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

rendrait publique leurs possessions et peut être potentiellement dommageable fiscalement. Dans ces cas, ce sont bien souvent les marchands ou les maisons de ventes qui prennent le relais :

« Certains ne veulent pas donner leur nom et donc certains nous demandent de s'adosser à nous en tant que prêteur. Donc, c'est Sotheby's qui prête et Sotheby's en tant que prêteur, c'est très complexe : c'est Sotheby's et ce sont des œuvres très importantes. C'est quelque chose qu'on fait, à la fois parce qu'on a de très bonnes collaborations avec les musées et à la fois parce que c'est important pour nos liens avec les collectionneurs quand ils nous le demandent, mais on essaye de le faire le moins possible »⁴⁷⁵.

Dans tous ces cas, les marchands – qu'ils soient galeristes ou maisons de ventes – occupent une position d'intermédiaire entre musées et collectionneurs. Cependant, parfois, la position du marchand se confond avec celle du collectionneur, car comme nous l'avons vu *supra*⁴⁷⁶, les frontières sont extrêmement poreuses.

Le marchand donne et décide

Parfois le marchand fait don lui-même d'objets de sa propre collection : il n'a plus le statut de vendeur mais celui de collectionneur-mécène. Les motifs sont bien difficiles à démêler, entre envie d'aider le musée et opportunité de publicité gratuite, puisque le marchand ne peut complètement ignorer sa casquette de vendeur. Ce mécénat de marchands et de galeristes a pris une grande ampleur ces dernières années, et se développe notamment au sein des Sociétés des Amis du musée.

Tous les musées de l'échantillon de recherche possèdent une Société des Amis. Elles n'ont pas toutes le même statut ni exactement les mêmes objectifs, mais elles ont toutes pour point commun de soutenir l'enrichissement des collections⁴⁷⁷.

⁴⁷⁵ Extrait d'un entretien mené avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

⁴⁷⁶ Chapitre 4, point 4.4 Brouillages, p. 311.

⁴⁷⁷ « Son but est notamment de participer au développement du Musée, de stimuler le contact entre le Musée, les étudiant(e)s et le public et d'enrichir les collections de l'institution » ainsi que « La Samen a permis l'acquisition de nombreuses collections (James Hugli, Jean Gabus, Gerhard Göttler) et la publication de plusieurs livres et

Ces sociétés facilitent les procédures d'acquisition d'objets en faisant office de zone tampon : soit les objets sont donnés ou vendus à la Société des Amis qui fait ensuite don des objets au Musée, soit la Société documente les objets et prépare les dossiers à soumettre aux commissions d'acquisition. Outre faciliter les procédures d'acquisitions, les Sociétés des Amis offrent aussi un espace de rencontre entre le monde muséal et son extérieur, composé bien souvent de marchands, favorisant ainsi les échanges :

« Auparavant il y avait de très bonnes relations avec le marché, en grande partie grâce à la Société des Amis du Musée de l'Homme. Celle-ci entretenait de très bonnes relations avec le monde de la finance et celui des marchands. Les grandes expositions du milieu des années 1960 ont été réalisées à l'initiative de la Société des Amis du Musée de l'Homme... »⁴⁷⁸.

Bon nombre de musées ont remarqué l'impact positif que ces associations pouvaient avoir sur l'image de l'institution, l'encouragement aux dons et l'enrichissement des activités et des collections. Ce dernier point est même tellement important que certaines sociétés ont développé des groupes d'amis spécifiquement dédiés, par leurs cotisations plus importantes notamment, à l'acquisition d'objets. Ainsi sont nés le Cercle Claude-Lévi Strauss du Musée du

catalogues » (portrait et statuts de la SAMEN disponibles en ligne : www.men.ch/fr/samen) ; « Le Groupe SAMEG Collections soutient directement le rayonnement international et l'enrichissement des collections du MEG, Musée d'ethnographie de Genève » (dépliant de présentation du MEG) ; « La société des Amis du Musée du quai Branly-Jacques Chirac-Jacques Chirac a choisi de privilégier trois types d'action : la restauration d'œuvres, l'enrichissement des collections et le soutien à la recherche » (Présentation en ligne : <http://quaiBranly-JacquesChirac.fr/fr/soutenir/vous-etes-un/particulier/les-amis-du-musee>) ; « Depuis 1977, le soutien financier des Amis a contribué à enrichir les collections des Musées Royaux d'Art et d'Histoire grâce à l'acquisition de nombreuses œuvres d'art illustres ou modestes, toujours d'une qualité ou d'un intérêt exceptionnel » (présentation de la société des amis du MRAH) ; « La Société des Amis du Musée de l'Homme est une association reconnue d'utilité publique dont le but est d'aider le Musée de l'Homme en soutenant le travail de ses chercheurs, en contribuant à l'enrichissement des collections et en l'aidant à développer ses activités » ; « L'asbl Les Amis du Musée royal de l'Afrique centrale a pour objectif d'acquérir des objets de collection, des publications, des documents, des instruments, etc. et de les offrir au Musée royal de l'Afrique centrale [...] » (Statuts de l'Asbl publiés dans *Le Moniteur belge*, 22 septembre 2005).

⁴⁷⁸ Extrait d'un entretien avec Manuel Valentin, chercheur au Musée de l'Homme, à Paris le 10 septembre 2014.

quai Branly-Jacques Chirac et le Groupe SAMEG Collections du Musée d'ethnographie de Genève. Au Cercle Claude-Lévi Strauss, les membres peuvent même soumettre des propositions d'objets aux conservateurs qui peuvent ensuite les proposer à la commission d'acquisition.

Il n'est pas étonnant de voir que des marchands, bien souvent connus et renommés, appartiennent à ces cercles de Sociétés des Amis : ainsi au Musée du quai Branly-Jacques Chirac, on retrouve en 2016 dans le Cercle Claude Lévi-Strauss Patrick Caput (expert chez Sotheby's), Anthony Meyer (galeriste d'art océanien) ou Stéphane Jacob (galeriste de peintures et d'art aborigène d'Australie)⁴⁷⁹. Il est intéressant de noter que les Sociétés des Amis ne servent pas qu'aux musées et à leur soutien ou enrichissement : véritables espaces de rencontres et d'activités fréquentés par un nombre important de collectionneurs, elles permettent aussi de nourrir l'activité des marchands :

« La Société des Amis du quai Branly, c'est un apport extraordinaire pour notre activité. Ils viennent fréquemment. Depuis qu'ils existent et qu'ils me le demandent, je les accueille avec plaisir, je leur présente mes objets, et depuis deux ans je vends à des gens qui sont dans ces groupes-là. Ca, c'est vraiment pour moi une nouveauté. Donc, merci Jacques Chirac »⁴⁸⁰.

Les Sociétés des Amis facilitent donc les collaborations entre marchands et musées dans un jeu donnant-donnant : permettant l'enrichissement des collections, mais aussi le financement de publications ou d'expositions, elles soutiennent le musée. En parallèle, elles fournissent l'espace pour les échanges et les rencontres entre les différents acteurs du champ et fonctionnent comme intermédiaires entre l'institution publique et les individus ou entreprises privées, ce qui permet bien souvent aux marchands de vendre soit au musée, soit à d'autres

⁴⁷⁹ Citons aussi l'enquête menée par Estelle Fossey (2011) sur la Société des Amis du musée du quai Branly-Jacques Chirac, dans laquelle elle conclut que plus de 8% des membres de la société des Amis sont des galeristes et plus de 70% sont collectionneurs d'art africain, océanien ou asiatique. Cette situation peut sembler particulière au Musée du quai Branly-Jacques Chirac, où elle est effectivement très forte, mais se retrouve aussi dans d'autres musées : la Société des Amis du Musée de l'Homme compte aussi des galeristes (Christian Coiffier par exemple, secrétaire général de la société).

⁴⁸⁰ Extrait d'un entretien mené avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

membres des Sociétés des Amis. Outre la plus-value tirée de la vente des objets, ces ventes sont aussi un gage de reconnaissance du travail du marchand.

Ces dernières activités nous montrent que les rôles endossés par le marchand sont multiples : vendeur, collectionneur, mécène ou intermédiaire, il intervient à différentes occasions et dans différents contextes dans l'activité du musée.

Dans le strict rapport de vente-achat d'objets, on observe que le nombre d'intermédiaires est souvent multiplié : une maison de vente, un autre marchand, une Société des Amis... L'objet doit bien souvent passer beaucoup d'étapes, entre les vendeurs et les acheteurs, avant de se retrouver dans les collections du musée. Ce panorama donne l'impression d'une situation asymétrique, où les marchands interviendraient beaucoup plus dans la vie muséale que les musées dans celle des activités marchandes, et où les marchands tentent par tous les moyens d'approcher les musées. Cependant, il existe aussi des cas où les musées tentent des incursions dans les activités marchandes.

5.1.3 Quand les musées offrent leur soutien

Les musées présentent souvent une politique stricte en termes de rapports avec les marchands, notamment en s'appuyant sur le code de déontologie de l'ICOM qui spécifie que, peu importe les sources de financement, les musées doivent garder le contrôle sur contenu de leurs programmes et assurer leur devoir de diligence concernant la provenance et la propriété des objets⁴⁸¹. Cependant, ces règles n'excluent pas de nombreux partenariats entre musées et marchands dans le développement d'expositions, la collaboration sur des publications ou les demandes d'expertises ou de renseignements, notamment.

Le développement des expositions

Nous avons vu dans le chapitre précédent à quel point l'événementiel, qui se traduit notamment par le média exposition, s'était développé chez tous les acteurs du champ, au point de devenir un élément central de la communication avec les publics, mais aussi un lieu de rencontre et d'émulation. Pas étonnant alors que le

⁴⁸¹ Article 1.10 : politique commerciale et article 2.3 : provenance et obligation de diligence, disponible sur le site internet : <http://icom.museum/la-vision/code-de-deontologie//L/2/> [consulté la dernière fois le 18 avril 2018].

développement d'expositions soit devenu une part importante des relations qu'entretiennent les musées et les marchés⁴⁸².

Cette activité se développe en grande majorité dans trois directions : des expositions conçues et organisées de façon conjointe ; des expositions proposées par les musées pour les marchands ou sur des lieux considérés comme marchands ; des expositions conçues par (ou dont le commissaire est) un marchand. Au travers de quelques cas précis ayant pris place ces dernières années, nous verrons comment se construisent ces relations et dans quels buts.

LE MRAC À BRAFA ET À BRUNEAF

L'année 2014 aura vu à Bruxelles la présentation de deux expositions de musées dans des foires et des salons d'art : du 25 janvier au 1^{er} février 2014, le MRAC présentait à la 60^{ème} Brafa une exposition en quatre temps intitulée *Remarkable Collections*. La girafe empaillée, exposée au musée avant sa fermeture pour rénovation, accueillait le visiteur à l'entrée et donnait le ton du parcours : la présentation des objets marquants des collections du MRAC. Deuxièmement, en juin 2014, de nombreuses pièces de Nouvelle-Guinée appartenant au MRAC sont présentées lors de l'exposition de référence de la foire Bruneaf. Didier Claes, galeriste à Bruxelles et membre des comités des deux foires, est pour beaucoup dans cette collaboration soutenue entre le MRAC et les foires bruxelloises en 2014 :

« C'est quand même fabuleux. C'était la première fois dans l'histoire en Belgique, peut-être même ailleurs, qu'un musée national, fédéral en plus, expose dans une foire marchande. On parle quand même d'un musée national qui s'est d'une certaine manière associé avec le monde purement marchand. On est en pleine foire, où c'est du marchandage, où c'est du *business*. Ils l'ont fait et c'était une très bonne expérience. Deuxièmement, ça fait des années qu'on fait prêter des objets de Tervuren dans des expositions, comme dernièrement l'exposition d'Océanie-Nouvelle-Guinée,

⁴⁸² Comme le relève Marguerite de Sabran, par exemple : « Nous sommes souvent sollicités pour des expositions de musées et ça fait partie des rôles les plus quotidiens que nous avons avec les musées : il se passe au niveau des expositions » (extrait d'un entretien mené à Paris le 4 janvier 2016).

organisée par Bruneaf. C'est une association de marchands qui expose des pièces du musée de Tervuren en dehors de l'institution. Je trouve ça fabuleux »⁴⁸³.

Les deux expositions ne se sont pas déroulées exactement sur les mêmes modalités, comme le relève Didier Claes. Dans le cas de l'exposition présentée à Brafa, le MRAC a conçu et géré l'exposition pour laquelle le comité de la foire n'a fait que prêter un espace d'exposition. Dans le cas de Bruneaf, l'exposition est conçue par un commissaire extérieur, le galeriste Kevin Conru, et le MRAC a prêté ses collections pour cette occasion. Cependant, comme le relève Julien Volper, conservateur et responsable des collections ethnographiques au MRAC, les deux expositions ont atteint des objectifs similaires :

« [Brafa] C'était plus ou moins le premier événement important après la fermeture du musée. On a quand même exposé pas mal de pièces, au niveau du stand il était pas mal. C'était un public assez important pour nous. A Bruneaf, il n'y avait que les pièces de Tervuren. Et c'était l'occasion : c'était la première fois depuis l'arrivée de ces collections océaniques à Tervuren, que l'ensemble, du moins un bel ensemble représentatif, de pièces de Nouvelle-Guinée pouvait être présenté. Avec des pièces parfois fameuses qui ont été publiées dans des ouvrages, et dont personne ne sait qu'elles étaient à Tervuren »⁴⁸⁴.

Ces expositions ont permis au MRAC, alors sans espace d'exposition puisque fermé pour rénovation, de toucher un public différent du public habituel du musée : l'amateur d'art⁴⁸⁵. Deuxièmement, loin des restrictions géographiques imposées par une politique scientifique ou culturelle, ou par l'histoire de l'institution, le prêt des pièces océaniques à Bruneaf a permis d'exposer des objets qui avaient un faible potentiel expographique au sein du musée même. Finalement, particulièrement dans le cas de l'exposition de Bruneaf, cette

⁴⁸³ Extrait d'un entretien mené avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

⁴⁸⁴ Extrait d'un entretien téléphonique mené avec Julien Volper à Bruxelles en 2014.

⁴⁸⁵ Voir *supra*, Chapitre 4, point Le public au centre des préoccupations, p. 307.

collaboration a permis de financer un certain nombre de recherches sur les objets – pour documenter leur exposition – ainsi qu’une publication :

« A Bruneaf, il y avait un catalogue et ça c’est un point supplémentaire, car pour moi c’est très important qu’on garde des traces. Et là, au niveau des renseignements sur les pièces, ça devient vraiment intéressant »⁴⁸⁶.

Cependant, si dans le cas de la Brafa l’exposition était gérée et conçue par l’équipe du musée, ce n’était pas le cas à Bruneaf, ce qui peut causer un problème : se pose la question de la façon dont les pièces sont présentées, puisque l’exposition implique la caution scientifique du musée :

« Ils avaient une idée d’expo, mais après c’était aussi Tervuren : on est d’accord de participer là-dessus, mais qu’est-ce que vous allez présenter au niveau du musée ? Même si on ne travaille pas forcément dessus, ce sont des pièces du Musée de Tervuren, l’exposition est centrée sur des chefs-d’œuvre du Musée de Tervuren ».

L’exposition visait un public de collectionneurs d’objets africains et océaniens, habitués aux galeries dans lesquelles les dispositifs et approches peuvent parfois varier sensiblement. Helena Heukeshoven, collaboratrice sur l’exposition, se souvient par exemple d’un différend sur le choix des vitrines des objets : l’association de marchands était contre – les vitrines n’étant pas une habitude au sein des expositions de galerie, puisque les collectionneurs sont invités à toucher les objets – le musée était pour, puisqu’il était inenvisageable qu’un visiteur touche les pièces exposées⁴⁸⁷.

L’EXPOSITION *DOGON* AU MUSÉE DU QUAI BRANLY-JACQUES CHIRAC

L’exposition *Dogon* fut présentée au Musée du quai Branly-Jacques Chirac du 5 avril au 24 juillet 2011 et fut suivie d’un catalogue du même nom. L’exposition

⁴⁸⁶ Extrait d’un entretien mené avec Julien Volper à Bruxelles, le 14 juillet 2015.

⁴⁸⁷ Nous revenons plus précisément sur les différends dans la conception d’exposition et sur les enjeux de ces différends *infra*, Chapitre 6, point 6.2.2 La scène : les contenus, p. 428. Contentons-nous ici simplement de signaler que la collaboration s’est opérée sans heurts majeurs malgré des divergences de points de vue.

avait pour particularité d'avoir comme commissaire Hélène Leloup, galeriste reconnue de la scène marchande parisienne. Hélène Leloup fut présidente d'honneur du *Parcours des Mondes* de Paris en 2013 et mène des recherches sur les Dogons depuis de nombreuses années, avec à son actif quelques publications bien connues des amateurs. L'un de ces ouvrages est le livre *Statuaire Dogon*, publié en 1994 à la suite d'une exposition sur les Dogons présentée dans sa galerie. Hélène Leloup présente des objectifs différents selon les ouvrages : dans celui de 1994, la galeriste demande la reconnaissance de l'art des Dogons, dix-sept ans plus tard, au sein du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, le temps n'est plus à la reconnaissance : l'objectif de l'exposition et du catalogue est de présenter le désormais art dogon dans son contexte historique, de pointer sa disparition et le désintérêt des chercheurs pour certaines régions (Leloup, 2011: 13). L'exposition fut un beau succès puisque 195 000 visiteurs la découvrirent pendant ses trois mois de présentation.

Cependant, pour les responsables du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, l'exposition *Dogon* n'est pas vraiment une exposition de marchands :

« La commissaire de l'exposition *Dogon*, c'était Hélène Leloup. Bon, elle n'est plus marchande normalement, en tout cas elle n'a plus de galerie. Pour l'instant, on n'a jamais confié à un marchand actif un commissariat d'exposition »⁴⁸⁸.

On voit ici l'importance de la galerie comme signe du statut de marchand : bien qu'Hélène Leloup soit toujours en activité au moment de l'exposition, l'absence de galerie à son nom atténue son statut de marchande et lui permet d'accéder à des activités au sein de musées. C'est que, en France particulièrement, la collaboration sur les expositions avec des marchands est un domaine presque autant sensible que l'achat d'objets, voire davantage : l'exposition conçue par un marchand dans un musée est encore au-delà de la ligne rouge que les acteurs du monde muséal s'autorisent à franchir, et ce bien que des commissaires extérieurs de métiers

⁴⁸⁸ Extrait d'un entretien avec Aurélien Gaborit mené à Paris, le 10 septembre 2015.

divers et variés interviennent dans des expositions de musées, comme l'assène très clairement Aurélien Gaborit, à la suite des propos précédents :

« On est très sollicité par certaines galeries qui nous disent “Je pourrais faire une petite vitrine en salle Kerchache ou dans le musée pendant quelque temps”. Et là, on dit non. Clairement, on dit non ».

La collaboration sur les expositions peut donc prendre différentes formes : le prêt des pièces par des marchands pour une exposition et la conception d'expositions par des conservateurs de musées en leur nom ou au nom de l'institution pour des événements marchands. Si cette dernière collaboration ne choque que peu et est assez régulière⁴⁸⁹, la conception d'expositions par un marchand dans un musée est une collaboration qui ne peut se dérouler que dans des circonstances qui viennent atténuer cette forme très forte d'implication marchande au sein de l'institution : le marchand n'endosse pas son rôle de marchand ni le musée d'ethnographie son rôle de musée d'ethnographie. En effet, cette forme de collaboration est particulièrement sensible dans le domaine des musées d'ethnographie alors qu'elle se déroule dans les autres champs de l'art, voire que des événements marchands complets se tiennent au sein des institutions muséales, comme c'est le cas pour la *Biennale de Paris* au Grand Palais. Les expositions présentées dans le cadre du *Parcours des Mondes*, chaque année depuis 2008 à la Monnaie de Paris, connaissent un succès certain et une reconnaissance tant de la part des connaisseurs que des amateurs, la Monnaie n'étant pas considérée comme un musée d'ethnographie. De même, les expositions présentées à la Fondation Musée Dapper à Paris en collaboration avec des marchands ne sont jamais remises en cause puisque c'est dans ce cas le statut de musée qui n'est pas attribué à la Fondation, cette dernière étant considérée comme un établissement privé.

D'autres formes d'échanges naissent dans le cadre de collaborations sur les expositions : nous avons vu la conception d'exposition, le prêt d'espaces ou de

⁴⁸⁹ Le cas du MRAC à la Brafa et Bruneaf n'est qu'un exemple parmi d'autres : une grande partie des musées de l'échantillon ont un jour participé à une exposition dans un contexte marchand ou ont prêté un nombre conséquent de pièces pour des événements marchands, comme le Musée de l'Homme avec l'exposition *L'idéal féminin dans l'art africain* qui se tenait aux...Galeries Lafayette en 2001.

pièces, mais les expositions donnent bien souvent naissance à des catalogues ou à des échanges d'informations, deux autres modalités d'échange entre musées et marchés.

Les publications

Les collaborations sur les publications sont fréquentes et consistent, le plus classiquement, à solliciter les uns et les autres pour l'écriture d'une notice ou d'un article. Ainsi Viviane Baeke, conservatrice au MRAC jusqu'en 2015 collabore régulièrement sur les catalogues du galeriste Serge Schoffel : en 2016, elle écrit deux articles pour le catalogue de l'exposition *Art en Premier* qui se tient à la Brafá⁴⁹⁰ ainsi qu'un article introductif dans le catalogue de l'exposition de référence présentée par Serge Schoffel à Bruneaf en juin⁴⁹¹. Le catalogue de l'exposition présentée par le MRAC à l'exposition de référence de Bruneaf en 2014, *Masterpieces New Guinea Art*, s'il ne contient pas d'articles des conservateurs du MRAC davantage spécialisés sur les objets africains, est préfacé par le directeur du musée lui-même, Guido Gryseels. Les conservateurs et collaborateurs des musées participent aussi régulièrement aux publications du Musée Dapper, le flou sur son statut atténuant l'impression d'une collaboration marchande. Comme pour les expositions, il est intéressant de noter que la collaboration s'effectue davantage dans un sens que dans un autre : rares sont les marchands ou collectionneurs à avoir pu proposer quelques lignes dans des ouvrages édités et publiés par les institutions muséales. L'exception majeure étant bien entendu le catalogue de l'exposition *Dogon* dirigé par Hélène Leloup. Ce catalogue est ainsi la reprise quasi à l'identique de la première publication d'Hélène Leloup sur le sujet : la mise en page présente les mêmes objets en pleine page et les articles de la publication *Statuaire Dogon* sont repris à l'identique dans le catalogue édité par le Musée du quai Branly-Jacques Chirac. Ce déséquilibre entre l'implication des marchands dans les catalogues de musées et les conservateurs dans les catalogues de marchands s'explique facilement par le

⁴⁹⁰ « Les masques des sociétés secrètes et le roi masqué : masque *akam* ou *kam* du Royaume de Kom » et « Le carrousel des âmes : figure *nkishi* Songye », in : Schoffel, Serge (éd.), *Art en Premier*, 2016.

⁴⁹¹ « Les supports sculptés de la pensée Lobi », in : Schoffel, Serge (éd.) *Whispering Woods : The great Lobi Statuary*, 2016.

manque de légitimité du marchand face au conservateur. Ces derniers préfèrent rester prudents sur les assertions et recherches menées par les marchands indépendants qui ne bénéficient pas d'une caution institutionnelle :

« Nous on espère toujours soutirer les informations et les citer dans l'article, ce qui passera mieux que de donner la totalité de l'article à un marchand. – car on fait la somme des connaissances qui existent et il y a des marchands qui racontent clairement n'importe quoi, ou des choses qui se sont passées il y a dix ans et pas cinq ans par exemple, donc on reste prudents »⁴⁹².

Si les musées rechignent à accorder davantage de place aux marchands dans leurs publications, ces derniers interviennent par contre à d'autres niveaux : ainsi en 2015, le Musée du quai Branly-Jacques Chirac propose un ouvrage édité par la galerie Schoffel de Fabry pour le *Prix international du Livre d'art tribal*, une distinction habituellement délivrée à des publications institutionnelles. Finalement, comme le rappelle Aurélien Gaborit, si les musées n'accordent qu'une petite place aux articles entiers des marchands, ils les sollicitent cependant régulièrement pour des informations : histoire des objets, documentations ou images de leurs archives. Pour Julien Volper, du Musée royal de l'Afrique centrale, les publications sont un moyen privilégié d'échanger avec les marchands : dans un contexte où les musées subissent de plus en plus fortement l'injonction à devenir lucratifs, à limiter leurs dépenses et à améliorer leur gestion, le financement de livres et de catalogues par des marchands est une modalité de collaboration intéressante pour tous⁴⁹³.

Le jeu sensible du droit/devoir d'expertise

L'expertise est un des moments les plus importants de la vie d'un objet : elle va fixer plusieurs éléments le concernant (prix, authenticité, provenance, catégorie, etc.) et est intimement liée à la construction de sa valeur. Conservateurs et marchands effectuent tous deux des expertises, cependant, ils ne peuvent délivrer le même type d'informations. Le conservateur est considéré comme un scientifique possédant la connaissance sur l'objet : la provenance de l'objet et sa

⁴⁹² Extrait d'un entretien avec Aurélien Gaborit mené à Paris, le 10 septembre 2015.

⁴⁹³ Entretien avec Julien Volper à Bruxelles, le 25 mai 2016.

fonction sont donc en général les deux seules informations qu'il peut délivrer. Il peut aussi lui être demandé d'officier en tant qu'expert dans des saisies judiciaires, en douanes ou dans le cas de jugement sur le trafic des biens culturels, seuls cas – avec les estimations pour les assurances – où il peut délivrer une expertise financière. Ainsi, un marchand ne peut approcher un conservateur pour lui demander le prix d'un objet et n'est normalement pas en mesure de connaître les estimations financières des objets possédés par un musée. Ce jeu est en général respecté :

« Moi je veux bien donner l'origine, ça ne me dérange pas. J'ai fait ça dernièrement pour une vente publique. Il y avait des objets très importants qui passaient, le catalogue allait partir, j'ai dit "tu ne peux pas laisser partir ça, la pièce que tu as attribuée là ce n'est pas la bonne attribution, tu ne peux pas la laisser, il faut que tu corriges ça". Je l'ai fait avec plaisir, ça fait partie des relations que l'on a avec le marché et donc c'est très bien de le faire. Je ne dis jamais cet objet est faux, cet objet est vrai. Je n'ai pas le droit. La fonction je peux leur dire, ça n'a pas d'importance »⁴⁹⁴.

Les conservateurs soulignent cependant eux-mêmes les limites de leurs expertises : souvent généralistes gérant les objets d'horizons très divers, ils ne peuvent connaître les spécificités de chaque région, de chaque société et se tournent vers les marchands parfois davantage experts qu'eux :

« Ils m'appellent souvent quand ils ne savent pas ce que c'est comme objet, l'origine de l'objet. Mais quand ils m'appellent, en général je n'arrive pas à répondre non plus. Parce qu'ils sont quand même très forts »⁴⁹⁵.

Cette dernière constatation pointe la façon dont se répartissent la connaissance et l'information dans le champ : contrairement à ce que laisserait penser le fait que les acteurs des musées d'ethnographie autorisent peu les marchands à écrire dans des publications scientifiques, ce n'est pas l'institution publique qui possède de

⁴⁹⁴ Extrait d'un entretien mené avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

⁴⁹⁵ *Idem*.

façon unilatérale les connaissances scientifiques. Les marchands sont aussi considérés comme des experts et réunis en sociétés d'experts, bien qu'ils n'en existent pas spécifiquement pour l'art africain et qu'aucune formation sanctionnée par un examen ne soit nécessaire pour prétendre au titre⁴⁹⁶. Ils jugent en général de l'authenticité des pièces...

« Personne d'autre qu'un marchand ne connaît mieux la décision finale d'authenticité. Bien sûr qu'il y a des moyens scientifiques, mais rien ne remplacera l'expérience d'un marchand qui a vingt ans de métier et qui a dû payer ses erreurs très chèrement. Quand on a payé pour ses erreurs, on ouvre mieux les yeux parce qu'on est responsabilisé par la chose. On voit dix ou cent fois plus d'objets que les gens de musées. Et de toute façon les gens de musée s'attachent à des experts... Il n'y a pas un expert en art africain qui ne soit pas marchand »⁴⁹⁷.

...laissant aux conservateurs celui de spécifier les usages ou celui de déterminer si l'objet relève d'un patrimoine digne d'être conservé :

« Le musée est destiné avant tout à protéger les objets et le patrimoine qui va disparaître, c'est le Musée du Louvre, nous, Orsay, et d'autres musées régionaux. Cette pièce doit, va disparaître et il faut la protéger et garder ce témoignage, historique bien sûr car cela renvoie toujours à une époque, une population, une chronologie, mais c'est aussi un témoignage de l'esthétique de la population qui l'a produite et aussi un témoignage de l'esthétique de la population qui l'a collectionnée. Alors ça a pu être l'Afrique d'abord, ici en Europe après. Ca renvoie aussi à une histoire du goût de la collection, qui est très important et qu'on essaye de transmettre en les gardant le plus fraîchement possible ce qui explique les mesures de conservation préventive drastiques dans les musées. Alors on ne peut pas tout conserver »⁴⁹⁸.

⁴⁹⁶ Voir tableau des galeristes et de leurs affiliations à l'annexe 3.1 : les acteurs de l'échantillon de recherche, section « les galeries ».

⁴⁹⁷ Extrait d'un entretien avec Pierre Loos mené à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

⁴⁹⁸ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

La connaissance des objets ethnographiques est bien souvent meilleure du côté des marchands qui peuvent se spécialiser, les conservateurs possédant des connaissances plus générales, un point déjà évoqué *supra*⁴⁹⁹. On voit ici, entre ces deux discours, que les critères construisant l'intérêt de la pièce sont différents pour chacun.

5.1.4 Bilan : un système donnant-donnant

Cette typologie des liens existants entre institutions muséales et marchands, toutes catégories confondues, dessine des formes d'échanges se déroulant sur plusieurs plans : la transaction d'objets, bien évidemment, voit les marchands endosser le rôle de vendeur et le musée celui d'acheteur, avec un échange d'objets contre de l'argent. Ce rapport est, bien que le plus communément envisagé, le moins fréquent. Bien plus fréquents sont les rapports où les marchands deviennent intermédiaires, intercèdent en faveur des musées, se font collectionneurs ou mécènes, et dans lesquels les musées soutiennent des initiatives marchandes ou pénètrent les lieux du commerce de l'art.

Il est cependant nécessaire de pointer le fait que tous ces échanges avec des marchands n'interviennent qu'avec un certain type de marchands : comme nous l'avons déjà vu *supra*⁵⁰⁰, seule une certaine frange de la hiérarchie instaurée au sein des marchés entretient des rapports avec les institutions muséales. Il s'agit majoritairement des galeristes *leaders*. Ces liens attestent de la qualité et des compétences du marchand en même temps qu'ils peuvent créer cette compétence et améliorer son statut au sein de la hiérarchie du marché.

De même, les rapports entretenus ne le sont pas uniformément au sein des institutions muséales : ils dépendent ainsi des positionnements des musées d'ethnographie, positionnements que nous avons déjà entr'aperçus avec les acquisitions. Ainsi, la stratégie du MRAC lors de sa participation à l'exposition de la Brafa ne participe pas de la même stratégie que celle appliquée par le Musée du quai Branly-Jacques Chirac avec l'exposition *Dogon*. De même, les relations avec les Sociétés des Amis de Musées sont à relativiser à l'aune des personnalités et

⁴⁹⁹ Voir Chapitre 4.

⁵⁰⁰ Voir Chapitre 4, point Système de hiérarchisation des acteurs, p. 272.

individualités présentes au sein des institutions : les relations peuvent être autant houleuses – lorsque les acteurs des musées sont résistants à ce que des acteurs extérieurs interviennent dans leur gestion – qu’harmonieuses.

Ces activités permettent à chacun de trouver son compte, dans un rapport donnant-donnant, au sein duquel les objets et l’argent sont relégués à un second plan. Les contreparties s’évaluent souvent en termes de publics partagés, de réseaux renouvelés, d’expositions enrichies, d’informations échangées, d’objets mieux documentés, de reconnaissance et de légitimité accrues. Il s’agit pour les marchands d’instaurer une relation de confiance, cette dernière étant primordiale à la fixation des prix et des critères de valeur des objets, comme nous le verrons *infra*. Ces points sont souvent les raisons principales des collaborations que les marchands cherchent à développer avec les musées, l’argent – ou du moins le paiement direct – passant au second plan :

« Point de vue financement, c’est plus compliqué de vendre à un musée, c’est un boulot, on n’est pas payé tout de suite, mais on ne peut pas nier que d’un point de vue du prestige, de voir sa pièce au musée c’est déjà assez fou. Quand ils ont présenté ce qu’ils avaient acheté pour le Louvre Abu Dhabi à Paris, c’est... Il y a quelque chose quand même. On ne peut pas le nier »⁵⁰¹.

En effet, nul n’est besoin de revenir sur le fait que le musée homologue et hiérarchise des valeurs artistiques (Moulin, 1992) consacrant artistes et champs artistiques, un pouvoir que les marchands, et particulièrement les galeristes, ne possèdent pas, même dans le champ de l’art africain et océanien où ce sont souvent les marchands qui sont présentés comme les moteurs de la reconnaissance de cet art (Doyen, 2015).

Cette recherche de crédibilité et de légitimité passe par l’organisation des marchands en associations ou en comités leur donnant davantage de crédit, par l’adoption de fonctionnements et de savoir-faire muséaux (l’exposition, la mise

⁵⁰¹ Extrait d’un entretien mené avec Judith Schoffel de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

sous vitrine, les publications documentées, etc.) et par des collaborations ou la transmission de certaines informations aux musées.

Ces collaborations n'auraient cependant pas lieu si elles ne donnaient pas naissance à des contreparties avantageuses pour les institutions muséales : comme nous l'avons vu, l'expertise des objets, notamment, ou de façon plus générale les connaissances extrêmement pointues que certains marchands mobilisent dans des domaines spécialisés, ainsi que la maîtrise par les marchands de la répartition des objets au sein des collections ou leur marge de manœuvre plus importante que celle des institutions publiques, sont autant de ressources recherchées par les musées. Ces rapports fonctionnent ainsi dans une logique du don et du contre-don⁵⁰².

5.2 LES ENJEUX DE LA CATÉGORISATION

Comme nous l'avons vu dans la typologie des relations esquissée ci-dessus, la superposition des différents rôles est manifeste dans les pratiques des acteurs : des marchands-collectionneurs, des conservateurs collectionneurs, des marchands-mécènes, des galeristes anciens conservateurs, des anciens galeristes collaborateurs des musées, etc. Cette superposition des rôles était déjà apparue en filigrane plus haut dans ce travail⁵⁰³. Malgré cela, les discours soulignent de façon répétée les limites des collaborations et mettent en avant des tâches et des fonctions strictement délimitées. Il est convenu que tous ces rôles doivent exister pour faire vivre le champ, mais il est cependant aussi convenu que chacun possède *son rôle* et doit le tenir : « On entretient plutôt de bonnes relations avec eux, sachant que nous on sait très bien quel est *notre rôle* »⁵⁰⁴ ; « *Son rôle* en tant que conservateur n'est pas de faire des commentaires sur les objets »⁵⁰⁵ ; « Chacun a *sa place* dans la valorisation des œuvres, de leur importance »⁵⁰⁶ ; « C'est un jeu entretenu : il faut que chacun reste dans *son pré carré* »⁵⁰⁷ ; « On ne peut pas avoir *deux casquettes* : on ne peut être marchand et expert en ventes publiques, ce n'est

⁵⁰² Comme le montrait François Mairesse dans le *Musée hybride* (Mairesse, 2010a).

⁵⁰³ Voir Chapitre 4, point 4.4 Brouillages, p. 311.

⁵⁰⁴ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

⁵⁰⁵ Extrait d'un entretien mené avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

⁵⁰⁶ *Idem*.

⁵⁰⁷ Extrait d'un entretien mené avec Emmanuel Kasarhérou à Paris, le 10 septembre 2015.

pas possible »⁵⁰⁸ ; « On ne peut pas être un bon marchand et un bon collectionneur. C'est une phrase que mon grand-père disait et je pense que c'est vrai. Il faut faire un choix »⁵⁰⁹ ; « Là, ils sortent de *leur rôle* »⁵¹⁰. Ces assertions illustrent la volonté des acteurs de ranger chacun dans des catégories alors même que nous avons déjà vu *supra*⁵¹¹ à quel point celles-ci étaient poreuses, par exemple entre galeristes et collectionneurs.

Pourquoi alors entretenir cette représentation des catégories figées ? L'hypothèse développée ici, dans le cadre d'une analyse de la valeur des objets, postule premièrement, que cette catégorisation des individus est liée au classement et à la hiérarchisation des objets ; deuxièmement, que ce processus de catégorisation permet de fixer certains éléments du champ. La partie qui suit a donc pour objectif de décrire rapidement ces catégories d'objets et de gens opérées dans le champ pour comprendre, dans un deuxième temps, les enjeux d'un tel procédé : produire des bases solides et partagées entre tous pour élaborer un cadre commun de référence et d'évaluation des objets.

5.2.1 Catégoriser les hommes pour catégoriser les objets ?

Catégoriser les hommes : chacun son rôle

Quels sont les rôles que chacun est invité à jouer ? Qu'attend-t-on implicitement et explicitement de chaque catégorie d'acteurs ? Comme le rappelait un ancien conservateur de musée, aujourd'hui reconverti en galeriste, ces rôles se résument schématiquement à trois catégories : « il faut toujours trois pièces : des musées, des marchands et des collectionneurs »⁵¹².

Difficile cependant de circonscrire complètement ces catégories. Dans les musées, le rôle du conservateur peut varier selon les pays et les institutions, certaines segmentant davantage les tâches. Ces dernières sont globalement la conservation, la recherche et la diffusion des connaissances, ce qui implique autant de l'enseignement, des expositions, des publications, de l'accueil des visiteurs, etc.

⁵⁰⁸ Extrait d'un entretien mené avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

⁵⁰⁹ Extrait d'un entretien mené avec Lucas Raton à Paris, le 24 novembre 2015.

⁵¹⁰ Extrait d'un entretien mené avec Didier Claes, *idem*.

⁵¹¹ Voir Chapitre 4, point 4.4 Brouillages, p. 311 et point Le galeriste : construire une identité professionnelle, p. 243, pour plus particulièrement la frontière entre marchands et collectionneurs.

⁵¹² Extrait d'un entretien mené à Paris, le 8 décembre 2014.

Cette activité n'est pas à proprement parler règlementée ou uniformisée, mais elle est cadrée par le code de déontologie ainsi que par les conseils et publications de l'organisation faîtière des professionnels de musée, l'ICOM. Si cette dernière ne proscrit pas les achats ou les collaborations avec le monde marchand ou de la finance, elle interdit cependant aux acteurs des musées de participer à la valorisation des objets sur le marché, aux professionnels de musée de recommander un marchand en particulier ou d'accepter quelque cadeau que ce soit et de « participer, directement ou indirectement, au commerce (vente ou achat dans un but lucratif) d'éléments du patrimoine culturel ou naturel »⁵¹³.

Du côté du marché, les rôles sont beaucoup moins encadrés : s'il est évident que tous ont en tête leur profit, puisque leur gagne-pain dépend de la vente ou non d'objets, les marchands décrivent aussi leur rôle de manière diverse et différencient en outre les rôles des galeristes des rôles des maisons de ventes aux enchères. La structure du marché que nous avons mise en évidence au chapitre précédent prend ici toute son importance :

« Les maisons de ventes font un travail en amont qui est exceptionnel. Réussir à promouvoir l'art africain comme ils le font, aucun marchand ne peut le faire »⁵¹⁴.

Les maisons de ventes se voient attribuer un rôle différent de celui des galeristes : possédant une force de frappe plus importante que ces derniers, elles peuvent porter plus loin la diffusion des informations et la mise en valeur des objets. Il est attendu d'elles qu'elles valorisent l'art africain et océanien de manière publique et relativement ostensible. Ce rôle a ses limites : si les galeristes ne nient pas l'importance des maisons de ventes, ils considèrent qu'elles doivent s'en tenir aux enchères et non effectuer de la vente de gré à gré. C'est là le rôle des marchands et galeristes. Les maisons de ventes ne dénigrent pas non plus quant à elle le rôle des galeristes, considérant qu'ils peuvent être des fournisseurs ou intermédiaires

⁵¹³ Code de déontologie de l'ICOM, disponible en ligne <http://www.icom-musees.fr/index.php/page/index/Code-de-deontologie-de-IICOM> [consulté pour la dernière fois le 18 avril 2018].

⁵¹⁴ Extrait d'un entretien mené avec Didier Claes à Paris, le 9 décembre 2014.

intéressants pour les collectionneurs, qu'ils entretiennent des rapports privilégiés avec certains collectionneurs et qu'ils possèdent en outre surtout une image d'expert très importante. Ainsi, les rôles à tenir sur le marché se font par rapport à l'institution muséale, mais aussi par rapport à la place de chacun dans la structure du marché⁵¹⁵. Cette catégorisation des rôles amène à une impression de grande séparation entre marchés et musées dans les représentations que chacun se fait de l'autre, malgré des pratiques brouillant régulièrement les frontières : « La scission est assez historique... Je ne sais pas, je la constate. Elle est là depuis toujours. De façon viscérale, le monde des musées s'est détaché »⁵¹⁶.

Les individus ne sont pas les seuls à voir peser sur eux le désir de catégorisation ; ce processus de classement et de hiérarchisation s'applique aussi aux objets, la catégorisation des hommes et celle des objets étant intimement liées. Catégoriser les individus participe, de façon plus large, d'un processus de catégorisation du monde dans lequel le classement des objets tient une place extrêmement importante. Dans son analyse de l'affaire du tableau de Poussin, Bernard Lahire (2015) relève aussi l'importance de ce processus de catégorisation des objets en lien avec l'ordonnement des personnes :

« Classer, exclure et hiérarchiser des objets est une manière détournée de classer, d'exclure et de hiérarchiser les personnes (celles qui sont associées à ces différents ordres d'objets) » (Lahire, 2015: 280).

S'il paraît difficile d'établir un lien de causalité entre les deux processus comme le fait Lahire – décidant lequel donne naissance à l'autre – il est en revanche évident qu'ils sont tous deux liés et que la frontière entre personne et objet est poreuse, de nombreux glissements apparaissant dans les discours : « On ne va pas commencer des collections sur des régions où je suis très faible », affirmait un conservateur du Musée du quai Branly-Jacques Chirac⁵¹⁷.

⁵¹⁵ Voir *supra*, Chapitre 4, point Système de hiérarchisation des acteurs, p. 272.

⁵¹⁶ Extrait d'un entretien mené avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

⁵¹⁷ Comme l'analysent Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini dans leur ouvrage sur le collectionneur d'art africain : celui-ci s'assimile aux objets collectionnés (Derlon et Jeudy-Ballini, 2008: 153)

Les objets : comment classer ?

Classer les objets est l'objectif majeur de la plus grande partie des musées, mais c'est aussi une opération qu'effectuent continuellement galeristes, marchands ou maisons de ventes, consciemment ou non. Il s'agit d'un processus dynamique en continuelle redéfinition, qui dans le cas des objets ethnographiques s'oriente sur deux axes. Premièrement, définir quels sont les objets concernés par la dénomination d'« objets ethnographiques » ou d'« art premier » : quelles sont les zones géographiques concernées ? Où se situent les frontières qui séparent ces objets d'autres objets déjà labellisés, tels les objets archéologiques ? Quels sont les éléments qui permettent à un objet d'entrer dans un musée dit « d'ethnographie » ? Cet axe ayant été abordé en préambule de ce travail, lors de la circonscription de l'objet de recherche, nous ne revenons pas sur les enjeux des termes employés pour définir cette catégorie tant dans le temps (par rapport à l'archéologie, par exemple) que dans l'espace⁵¹⁸. Nous avons souligné le caractère protéiforme et polysémique de cet objet rendant l'entreprise de classement extrêmement ardue. En témoignent, par exemple, les mouvements des collections de musées et les perpétuels reclassements opérés au cours du temps dans les différents musées de l'échantillon.

Deuxièmement, le processus de catégorisation s'emploie à classer les objets au sein même du champ défini : comment différencier et hiérarchiser les objets entre eux, dans ce champ spécifiquement ? Par aires géographiques, par styles, selon les populations ? Comme la définition de l'objet par rapport à ce qui se situerait en dehors du champ, le classement des objets entre eux est encore en définition aujourd'hui : ainsi, la répartition la plus communément adoptée – par zones géographiques – connaît de fréquentes variations entre les institutions, mais aussi au sein même des institutions : pour exemple, à sa création, le Musée du quai Branly-Jacques Chirac comptait un partage des collections en quatre départements correspondant aux quatre continents hors Europe, séparant ainsi l'Afrique du Nord – classée avec les objets Afrique – du Proche-Orient – rangé avec les objets asiatiques. Cette classification a rapidement été jugée peu pertinente, comme en

⁵¹⁸ Voir *supra*, Préambule sémantique : « That damned word », p. 27.

témoigne Hana Chidiac, actuelle responsable de l'Unité patrimoniale Afrique du Nord et Proche-Orient :

« Ce n'est pas du tout évident de voir les ensembles cohérents quand on descend dans les réserves Afrique, car mes objets sont mélangés aux masques, etc. Donc d'une part dans les réserves les collections sont éclatées, et sur le plateau les gens ne le sentent pas. Le Proche Orient marque la fin de l'Asie et l'Afrique du Nord – alors que je ne sais plus comment appeler : Maghreb ? Afrique septentrionale, puisque l'Égypte est dedans et que l'Égypte n'est pas l'Afrique du Nord...? »⁵¹⁹.

En 2007, Stéphane Martin décide donc de créer une unité patrimoniale spécifique à l'Afrique du Nord et au Proche Orient, de façon à pouvoir visualiser et comprendre la cohérence culturelle de l'ensemble, jugée plus importante que la cohérence géographique. Les objets sont cependant toujours dans des réserves différentes et l'habitude de n'avoir qu'une séparation géographique reste bien ancrée :

« Ca commence à changer, mais il y a eu énormément d'oublis, vu que mes collègues – à la communication, au mécénat, etc. – travaillaient sur quatre continents, l'Afrique du Nord et le Proche Orient passaient à la trappe. Donc quand on faisait des activités, c'était l'Asie ou l'Afrique. [...] Les publications aussi : quand ils ont fait le premier guide du musée au moment de l'ouverture, on devait écrire l'histoire des collections Afrique du Nord Proche Orient en Asie, alors que c'était un tout au Musée de l'Homme. [...] Pour le nouveau guide, l'Afrique du Nord et le Proche Orient sera une zone traitée à part entière. Donc il a fallu que je revoie toute la chronologie, que je refasse le choix des objets pour qu'il y ait une cohérence. Et j'avoue que même dans le parcours permanent, quand ils ont travaillé le parcours on voit des thématiques qui se répètent des deux côtés : on a les coutumes et les amulettes au Proche-Orient et pareil de l'autre côté, en Afrique ».

⁵¹⁹ Cette citation et les deux suivantes sont extraites d'un entretien mené à Paris, le 20 novembre 2015.

Se développent donc des classements hybrides, fondés sur des critères différents : géographiques, mais aussi linguistiques, voire historiques ou culturels (la zone Afrique du Nord et Proche-Orient liée par l'histoire du monde arabo-musulman). En effet, même si la zone Afrique du Nord et Proche-Orient est reconnue au Musée du quai Branly-Jacques Chirac aujourd'hui, il reste toujours des exceptions à la catégorisation, comme le relève Hana Chidiac à propos de l'Égypte :

« J'avoue que j'ai eu du mal à placer l'Égypte. L'Égypte ne fait pas partie de ce qu'on appelle le Maghreb, son histoire est plus liée au Proche Orient. Où est-ce que je mets les costumes ou les bijoux africains et égyptiens ? ».

Cette difficulté de classement se retrouve aussi sur le marché où, comme nous l'avons vu en préambule dans l'emploi des dénominations du champ, les marchands aiment à garder une certaine flexibilité dans leurs pratiques – tendant à rester assez larges et vagues sur la définition des objets qu'ils vendent, de façon à pouvoir se repositionner assez vite sur un marché de l'art extrêmement mouvant – tout en désirant quand même fixer certaines règles de classement et de hiérarchisation des objets. La difficulté est telle que la première base de données concernant les objets d'art africain et océanien mis en vente sur le marché a mis deux ans à définir les *tags* – c'est-à-dire les labels – apposables à chaque objet pour finalement les supprimer totalement :

« A chaque fois qu'on entrainait un objet dans la base, il nous manquait des *tags*, du coup il fallait créer un nouveau *tag*. Il y en a dix mille, mais il fallait quand même en entrer des nouveaux ! [...] Avant, sous chaque image, il y avait les *tags* concernant chaque objet. On l'a enlevé, parce que ça devenait trop lourd ! »⁵²⁰.

La catégorisation est compliquée, alors pourquoi l'ensemble du champ s'entête-t-il à vouloir l'appliquer ?

⁵²⁰ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Cuénot à Paris le 31 octobre 2016.

5.2.2 Catégoriser pour cadrer : un champ spécifique ?

Bien qu'ardue, cette entreprise de catégorisation est nécessaire aux acteurs du champ pour appréhender le réel. L'entreprise de catégorisation permet d'ancrer solidement les logiques de marché – qui nécessitent d'avoir confiance en la valeur définie pour chaque objet, mais aussi les logiques de musées – qui nécessitent d'avoir confiance en la légitimité des objets exposés et patrimonialisés. La catégorisation est donc au fondement du processus de fixation et de légitimation de la valeur.

Pour hiérarchiser les objets, il faut cependant définir une échelle sur laquelle positionner l'importance de l'item : cette entreprise est donc forcément comparative et se base sur un cadre de références commun. Ce classement n'est de loin pas propre aux objets ethnographiques et des *ranking* sont par exemple effectués dans les autres champs artistiques, majoritairement basés sur les cotes des artistes (Graw, 2009: 42), ce afin de fixer la valeur financière et patrimoniale des œuvres.

Dans le champ de l'objet ethnographique, outre les problèmes vus *supra* concernant la circonscription du champ, quelques obstacles surviennent pour fixer un cadre de référence commun. Ce dernier ne peut se calquer complètement sur les pratiques déjà effectives, puisque le champ possède certaines spécificités par rapport à l'art moderne ou à l'art contemporain, par exemple : l'absence de l'artiste, qui par ricochet entraîne des difficultés à dater les œuvres, les questions coloniales et néo-coloniales et le spectre du trafic illicite en sont les grandes caractéristiques.

L'absence de l'artiste et la difficulté de datation

Ainsi, la fixation positionner les objets ethnographiques sur une échelle définie ne peut s'effectuer sur les mêmes modalités que les autres objets dits d'art, comme la singularisation des objets par leur attribution à un artiste (Lahire, 2015). La notion d'artiste a été quasiment inexistante jusqu'à très récemment⁵²¹. Si un individu est relié à l'objet, c'est davantage un de ses possesseurs que son producteur ou, dans

⁵²¹ On observe depuis quelques années l'apparition de mentions désignant des artistes, notamment dans l'art africain : ce ne sont jamais des noms, mais des épithètes désignant les maîtres de certains ateliers ou les caractéristiques de certains sculpteurs, le plus connu étant « Le maître de la coiffure en cascade ».

certains cas, la société productrice de l'objet entendue comme une entité homogène et personnalisée.

« Il n'y a pas de signature, c'est vraiment un challenge hyper intéressant, puisque sur ces objets d'art africain, on n'a pas de signature et on n'a pas de dates. Contrairement à mes collègues d'autres départements, où on peut dire "un dessin de Seurat de telle année" et ça suffirait quasiment à mettre un prix et à l'expliquer et à comprendre. L'art africain : pas de signature, pas de dates »⁵²².

Pas de signature, pas d'artiste identifiable et donc pas de singularisation des objets par leur auteur, comme le postule Bernard Lahire (2015), ni d'authenticité fixée par le lien entre l'objet et son créateur, comme l'affirmait Nathalie Heinich (1999).

Il est en outre difficile de dater les objets, puisque l'absence d'artiste signifie aussi l'absence d'un indice solide sur la date de création de l'œuvre. Certaines datations sont néanmoins possibles, par l'identification de styles historiquement situés, ou par la datation des matériaux utilisés. Si cette dernière méthode permet de savoir de quand date le matériau, elle ne permet cependant que rarement de savoir quand celui-ci a été travaillé et donc quand l'objet a été créé. La datation se fonde principalement sur la documentation de l'histoire de l'objet, de son acquisition, de son éventuel passage enregistré dans des collections de musées, dans sa présence attestée à certaines ventes ou certaines expositions.

La culpabilité coloniale et le trafic illicite

Outre ces critères spécifiques, relatifs aux caractéristiques particulières de l'objet ethnographique, le champ souffre plus largement d'une considération différente des autres champs de l'art : la possession et l'exposition d'objets par des sociétés autres que celles qui les ont produits, ainsi que l'histoire coloniale et le contexte souvent violent d'acquisition de ces objets, font naître une culpabilité dont les acteurs du champ ne savent parfois que faire. Cette culpabilité fait peser plus lourdement la responsabilité d'un patrimoine « qui aujourd'hui nous appartient,

⁵²² Extrait d'un entretien avec Marguerite de Sabran mené à Paris, le 4 janvier 2015.

mais qui n'est pas le nôtre » (Hertz, 2002) que dans d'autres champs artistiques ou est en tout cas ressenti comme tel, comme je le postulais déjà en préambule de ce travail⁵²³.

L'histoire de l'acquisition des ces objets et le passé colonial sont ici des éléments centraux : l'épisode du Kono décrit supra et rapporté par Michel Leiris est régulièrement cité pour illustrer la façon dont les objets ethnographiques ont été rapportés en Europe. Cependant, le présent aussi fait l'objet de critique : le trafic illicite est encore fréquent actuellement comme le rappellent de nombreuses publications ou interventions sur le sujet. La réflexion qui s'est développée peu à peu dans les années 1980 sur la réglementation de la circulation des biens, ainsi que sur les potentielles restitutions font évidemment peser sur le champ des enjeux politiques et économiques ainsi qu'une forme de culpabilité coloniale. Si nous verrons *infra*⁵²⁴ comment ces réflexions influencent la valeur des objets, il est important de noter aussi que ces sentiments colorent le processus de catégorisation d'enjeux moraux importants sur ce qu'il convient de faire ou non, sur les pratiques à adopter ou à proscrire, sur la classification des acteurs éthiquement responsables et de ceux condamnables.

Moraliser les transactions marchandes : positionnements légaux, déontologiques et éthiques

L'objet ethnographique mobilise des considérations morales très importantes et différentes des autres champs artistiques ; c'est un constat régulièrement opéré par les acteurs lorsque l'on évoque les relations entre les musées et les marchés :

« Le problème des musées d'ethnographie, c'est qu'ils se posent des problématiques que ne se pose aucun autre musée. La question du travail avec les marchands : ça fait des années que les musées comme le Louvre travaillent avec des marchands qui leur vendent des pièces. Nulle part ailleurs on pose cette question. [...] C'est un problème général qui a lieu aussi ailleurs : *L'Astrologue* de Vermeer, il y a encore une estampille de la galerie à l'arrière ! [...] On a l'impression que l'Afrique synthétise tout, que tous les objets qui étaient en Afrique ont forcément été pillés... Les

⁵²³ Voir *supra*, 1.2 Problématique, p. 73.

⁵²⁴ Voir Un champ politiquement sensible, p. 358.

estampes japonaises qui ont été achetées est-ce qu'on peut dire que c'était du vol ? Mais pour l'Afrique par contre c'est toujours cette question-là ; colonisation implique toujours vol. Comme s'il y avait une espèce de *no man's land* où tous les problèmes muséaux réels ou inventés se focalisaient sur les musées d'ethno »⁵²⁵.

Les objets ethnographiques appartiennent à une catégorie spécifique d'objets : nous l'avons vu, ils sont considérés comme des objets d'art par certains groupes d'acteurs, mais ils sont aussi des objets qui appartenaient encore récemment à d'autres groupes sociaux et peuvent, en outre, cumuler un aspect sacré très important : ils ne sont ainsi de loin pas similaires à toutes les marchandises échangées sur les marchés, voire même très spécifiques par rapport aux objets échangés sur les marchés d'art en général. Comme le rappelle Michel Callon, ces objets empruntent ainsi normalement des circuits différents des objets classiques, ces circuits étant généralement considérés comme non marchands :

« Il est toujours possible, au moins en principe, de soustraire certains biens à la marchandisation en les incluant dans des systèmes de relations sociales et des cadres institutionnels qui l'interdisent. Le tri, faut-il le répéter, ne se fait pas entre des entités *naturellement* passives qui seraient inévitablement vouées, quoi qu'on en fasse, à devenir un jour ou l'autre des marchandises et des entités *naturellement* actives (les agents) qui s'en saisiraient pour leur profit, mais en des espaces *socialement* constitués qui imposent leurs règles de circulation » (Callon, 2017: 66).

Ainsi, Michel Callon prend pour exemple la famille qui fait partie de ces circuits non marchands en France, puisque l'on considère que vendre ses enfants ou ses parents n'est moralement pas acceptable, voire tabou (Callon, 2017: 66). C'est là un enjeu fondamental du champ : la marchandisation de l'objet implique des considérations morales importantes et l'achat et la vente d'un bien doivent être régulés moralement.

⁵²⁵ Extrait d'un entretien mené avec un conservateur en 2014.

Comme nous l'avons vu lors de l'exposé de la problématique au premier chapitre, l'argent est historiquement et socialement considéré comme devant être séparé de l'art ou de la culture. Même si cette situation a évolué, ces représentations restent encore fortement ancrées aujourd'hui dans des discours visant justement à légitimer ou délégitimer certaines pratiques.

Dans le champ de l'objet ethnographique, les acteurs développent des stratégies qui leur permettent de rendre leurs pratiques de marchandisation des biens culturels conformes à leurs principes moraux, voire à fixer et à délimiter les pratiques moralement acceptables de celles moralement contestables. Ces stratégies passent, comme l'avaient proposé Arjun Appadurai et Igor Kopytoff (1986 [2014]), par une approche situationnelle : les biens peuvent être considérés comme des marchandises à certains moments et non à d'autres, solutionnant ainsi en partie les problèmes moraux que les échanges d'objets ethnographiques peuvent développer. Dans ce cas, les objets sont alors constamment soumis aux forces qui leur permettent de basculer dans la catégorie moralement échangeable et d'être « détachés » d'un état. Le basculement de ce statut de l'objet implique aussi le changement de statut des acteurs concernés.

Deux statuts peuvent être ainsi accordés à l'objet, chacun à un groupe d'acteurs : l'objet est immobilisé dans les musées, et mis en circulation sur les marchés. Il est intéressant de noter que la moralisation du statut de l'objet passe par la justification des pratiques relatives – immobilisation et circulation – et donc par la moralisation des acteurs mêmes, deux possibilités dont j'ai observé qu'elles étaient souvent opposées : lorsque le musée est moral, le marché ne l'est pas ; lorsque le marché est moral, le musée ne l'est pas.

LE MUSÉE MORAL FACE AU MARCHÉ IMMORAL

Ce premier discours observé sur ce terrain de recherche se fonde sur des représentations relativement classiques exposées au premier chapitre de ce travail, considérant l'art et la culture comme des activités détachées des considérations économiques, et l'argent comme avilissant : « Il y a cette barrière entre

fonctionnaires gauchistes et les sales capitalistes de marchands »⁵²⁶. Je ne reviens pas sur cette tension qui a été largement nuancée, voire déconstruite, tout au long de ce travail, puisque nous avons vu comment l'institution muséale était impliquée dans la construction de la valeur financière des objets. Il est cependant important de noter que ces représentations sont toujours mobilisées dans certains discours aujourd'hui et que cette strate symbolique se double d'une strate légale, lorsque l'argument mobilise la question du trafic illicite des biens culturels :

« Il y avait dans les années avant guerre et après guerre une sorte de guerre ou de méfiance. Il y avait le côté marchand, noir, magouilles, etc. et les conservateurs et toutes les personnes qui travaillaient dans les musées ne devaient avoir aucun contact avec ces gens-là »⁵²⁷.

« Il y a eu une sorte de façade où il fallait montrer que voilà “non, nous on a une éthique, une déontologie, on n'a rien à voir avec le système du marché, pécunier, vénal, les profits, l'argent ce n'est pas beau”. C'était un peu idéaliste, un peu niais... Mais voilà, un tel discours permettait au chercheur et au scientifique de se différencier du marchand-collectionneur et le confortait dans l'idée qu'il était libre, que sa pensée n'était pas asservie et orientée par l'argent et ses dérives négatives »⁵²⁸.

L'argument principal repose en grande partie sur les liens entre l'existence des marchés, même légaux, et du trafic illicite : cet argument déconsidère moralement les marchés – ils favorisent les pratiques illégales – et plaide pour un rôle important de l'institution muséale – elle protège les objets. Ces discours se retrouvent largement du côté des musées d'ethnographie, mais aussi des musées en général, où il n'est pas rare d'entendre que si les marchands disparaissaient, le trafic illicite disparaîtrait automatiquement⁵²⁹. Le pillage est, au-delà de son

⁵²⁶ Extrait d'un entretien mené avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

⁵²⁷ Extrait d'un entretien mené avec Judith Schoffel de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

⁵²⁸ Extrait d'un entretien mené avec Manuel Valentin, chercheur au Musée de l'Homme à Paris, le 10 septembre 2014.

⁵²⁹ Ce *topos* se retrouve par exemple du côté des commissions d'éthique ou de lutte contre le trafic illicite, comme l'Observatoire international du trafic illicite des biens culturels de l'ICOM dirigé par France Demarais, selon laquelle éradiquer le marché est un des seuls

caractère illégal, considéré comme complètement opposé aux objectifs des institutions muséales, vouées à protéger les objets mais aussi à les documenter : le pillage, décontextualisant l'objet, annihilant son contexte de fouille ou de découverte, est considéré comme « catastrophique »⁵³⁰ par les acteurs des institutions culturelles.

Dans cette argumentation, le rôle du musée est clair : il est le gardien des connaissances et le lieu où elles peuvent se développer à l'abri de tout biais ou orientation, la machinerie muséale décidant de ce qui est digne d'être conservé et labellisant certains objets comme « authentiques ». Il est ainsi tentant, comme le rappellent Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008: 291) :

« d'opposer le musée comme lieu de présentation objective et savante à la collection privée comme domaine de la pure réappropriation subjective et fantasmatique ».

Cependant, nous avons vu à quel point les stratégies muséales diffèrent entre les musées d'ethnographie⁵³¹, le musée ne pouvant s'extraire d'une part d'imaginaire et endosser une neutralité scientifique complète. Si le musée incarne la vérité scientifique, cette dernière a été largement déconstruite ces dernières années, la recherche soulignant au contraire les cadres de croyances dans lesquels les réflexions scientifiques émergent (Lahire, 2015, Latour, 1995, Latour et Woolgar, 1988).

Si le musée n'est que le reflet des pratiques et des représentations des acteurs impliqués dans son fonctionnement, l'institution devient alors critiquable et peut être remise en question, fournissant là l'amorce d'un discours justificatif dont se sont emparés les marchés de l'art africain et océanien ces dernières années.

moyens d'arrêter le trafic. Ce discours est tenu dans de nombreux médias depuis la création de l'Observatoire en 2013, par exemple dans l'émission *Grand Angle* de TV5 Monde le 27 décembre 2015, ou plus récemment lors du *Salon international des Livres d'art et des Objets d'art*, lors de la table ronde « La protection des biens culturels et des objets d'art en temps de conflits » où le discours de France Desmarais avait été résumé sur Twitter en « S'il n'y a pas de marché, il n'y a pas de pilleurs » (13 avril 2018).

⁵³⁰ Extrait d'un entretien mené avec André Delpuech à Paris, le 29 octobre 2015.

⁵³¹ Voir *supra*, point 5.1 Les relations entre musées et marchés, p. 314.

LE MARCHÉ MORAL FACE AU MUSÉE IMMORAL

Le deuxième discours observé sur ce terrain et impliquant des stratégies de moralisation oppose dans son procédé argumentatif les pratiques des musées, remises en question, aux pratiques des marchés, jugées bénéfiques pour le champ. Loin de juger de la pertinence ou d'évaluer la justesse de ces arguments, il est intéressant d'observer comment s'opèrent ces tentatives de moralisation des pratiques marchandes. Plusieurs stratégies sont appliquées : annihiler la présence de l'argent, tenter d'auto-réguler et d'auto-évaluer sa pratique et, en miroir, dévaluer la pratique muséale considérée comme l'alternative à la circulation des biens.

La première stratégie consiste donc à oblitérer complètement la présence de l'argent dans le champ, une stratégie déjà relevée par Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini dans le monde des collectionneurs (2008) : le rapport à l'argent est nié, car il avilit l'objet en le réduisant à une marchandise. Cependant, le prix d'échange est considéré comme révélateur de la valeur de l'objet et – comme nous l'avons vu *supra* – lié à la reconnaissance des objets et donc des populations productrices. L'annihilation du rapport à l'argent et le fait de reconnaître la valeur d'un objet en déboursant des sommes importantes peuvent sembler paradoxales. Cependant, au sein des marchés, ce paradoxe se résout avec l'argument que les sommes élevées témoignent justement du détachement des hommes face à l'argent : la somme déboursée n'a plus d'importance, lorsque l'on est face à des objets réellement authentiques.

Deuxièmement, les marchés créent pour contrer les attaques à leur rencontre des outils d'auto-régulation et d'auto-évaluation : des codes de déontologie au sein des associations professionnelles⁵³² par exemple, ou même, comme le Conseil des Ventes Volontaires en France, l'application d'une « éthique volontaire »⁵³³. Les

⁵³² Comme le *Recueil d'obligations déontologiques des opérateurs de ventes* édité par le Conseil des Ventes volontaires (2011).

⁵³³ Comme l'expliquait Catherine Chadelat lors du colloque *Ethique et Patrimoine culturel* qui s'est tenu à l'École du Louvre les 20 et 21 octobre 2015.

maisons de ventes aux enchères créent des départements qui garantissent que les objets présentés le sont dans la légalité et un cadre déontologique fixé⁵³⁴.

Finalement, la stratégie la plus importante est la dévaluation de l'institution muséale. Ces arguments se fondent sur l'histoire spécifique de la constitution des collections ethnographiques, telle que nous l'avons vue au chapitre 2 : l'ancrage des musées d'ethnographie dans des pratiques et des dispositifs visant à démontrer la supériorité technique et intellectuelle de l'Occident (les expositions universelles⁵³⁵), les collectes et les missions ethnographiques relevant du pillage des objets⁵³⁶, les liens entre musées d'ethnographie et colonialisme, les méthodes employées par certains ethnologues, comme nous l'avons vu pour Griaule qui expliquait « extraire l'information aux indigènes récalcitrants »⁵³⁷, etc. L'actualité n'est pas en reste non plus et les collectes effectuées aujourd'hui par les expéditions scientifiques sont aussi souvent l'occasion pour les marchands de pointer des pratiques discutables des musées d'ethnographie : les comportements de certains conservateurs ou scientifiques parfois surpris à « emprunter » des objets dans les collections, les libertés prises par les conservateurs par le passé avec les marchés, etc. Ces pratiques sont relativement taboues au sein des institutions muséales, bien que généralement (re)connues par le personnel des musées :

« Il y a eu des fois des choses qui n'ont pas été non plus, il y avait des libertés qui ont été prises par les conservateurs de musées qui ont été terribles aussi, il faut le reconnaître. Par exemple, il y a des choses qui se sont passées dans beaucoup de musées d'ethno, comme des arrangements

⁵³⁴ En 1998, suite à divers incidents, la maison mère de Sotheby's fait effectuer des audits de ses pratiques commerciales qui aboutissent à un code de bonne conduite et d'éthique des pratiques commerciales (disponible en ligne à l'adresse www.sothebys.com/content/dam/sothebys/PDFs/JC_1416483_Legal_Code%20of%20Conduct%20Brochure.pdf). La maison possède en outre un Compliance Department censé assurer la transparence et l'éthique des ventes.

⁵³⁵ Comme nous l'avons vu *supra*, chapitre 2, point 2.1.1 Les expositions universelles : à la source du marché et du musée, p. 97.

⁵³⁶ Comme nous l'avons vu *supra*, chapitre 2, point Les expéditions scientifiques du Musée du Trocadéro, p. 106.

⁵³⁷ *Idem*.

faits avec les marchands qui proposaient des objets, et en échange, le musée ne payait pas, mais il désinscrivait une de ses pièces. Là, par exemple, c'est malhonnête »⁵³⁸.

Si ces pratiques permettent aux acteurs des marchés de contre-argumenter face aux discours institutionnels plaidant pour l'abolition du marché de l'art et pour un rôle renforcé des musées en tant que gardiens des objets, elles permettent aussi aux marchés de se positionner dans le champ comme des instances pouvant apporter quelque chose aux objets ethnographiques. Dans cette argumentation, le marché peut premièrement dynamiser la recherche et la diffusion de la connaissance sur ces objets : sur le *Miami Model*⁵³⁹, qui voit la réalisation par des entreprises privées de musées et de fondations, ou l'aide des marchés dans la création ou la rénovation de musées, les arguments des acteurs des marchés visent bien souvent à souligner le potentiel que la circulation des objets pourrait générer : davantage de fonds pour la recherche et la documentation, pour l'exposition, etc. : « Si on sollicitait les privés, on pourrait faire quatre, cinq quai Branly ! Et d'un niveau bien supérieur », plaidait un marchand lors d'un entretien⁵⁴⁰.

Deuxièmement, le marché peut contribuer à la sauvegarde et à la conservation de ces objets et à leur reconnaissance : l'achat des objets et leur sortie des territoires où ils sont produits, souvent considérés comme dangereux, sont perçus et défendus comme des moyens de sauvegarde. Dans un contexte où, nous l'avons vu, les institutions culturelles et muséales reprochent souvent aux marchés de permettre, si ce n'est même de soutenir, les trafics illicites, les acteurs des marchés répliquent que les musées aussi ont sorti des objets des pays avec les mêmes arguments : les sauver de l'oubli et de la destruction. Cet argument est en

⁵³⁸ Extrait d'un entretien avec un conservateur de musée. Un autre conservateur m'expliquait aussi, lors d'un entretien informel qui restera anonyme, observer quasi systématiquement la disparition d'objets de petite taille (breloques, bijoux, etc.) après le passage de collègues venus étudier les collections, comme s'ils avaient besoin de garder un « souvenir ».

⁵³⁹ Le terme *Miami Model* est utilisé pour désigner les collections privées d'art contemporain ayant ouvert leurs portes au public dans les villes de Floride, comme celle des familles Rubell, de la Cruz. Par extension, le terme a été réutilisé pour désigner l'exemple par excellence d'initiatives privées supplantant le public.

⁵⁴⁰ Extrait d'un entretien mené avec Christophe de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

outre souvent mobilisé par les institutions muséales pour freiner les restitutions d'objets⁵⁴¹. En outre, si cette pratique est contextualisée, par rapport à un historique défini, les débats en cours sur la restitution des biens culturels et l'opposition souvent active des musées à ces retours, ou du moins leurs réticences à rendre des objets, permettent aux marchés de se défendre de faire autre chose que ce que ne font aussi et encore les musées.

Ces deux positionnements où s'affrontent dans les discours les marchés et les musées nous montrent que l'organisation morale du champ se découpe aussi en plusieurs strates : un niveau éthique et déontologique, premièrement, un niveau légal, deuxièmement et, finalement, un niveau politique. Des faisceaux de droits différents se croisent dans les discours, certains fournissant les bases d'autres. En effet, une pratique jugée immorale n'est pas forcément illégale et une pratique juridiquement valable n'est pas toujours considérée comme légitime.

Un champ politiquement sensible

Nous avons vu comment, historiquement déjà, la constitution des collections puis les paradigmes de leur exposition étaient sous-tendus par des contextes politiques⁵⁴². L'acquisition des objets n'échappe pas non plus à cette règle et influence les relations entre musées et marchés de l'art. Ainsi, par exemple, André Delpuech, alors responsable des collections Amériques du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, expliquait lors d'un entretien ne pas acheter des objets précolombiens lors d'une vente aux enchères, même si celle-ci est parfaitement légale et que les objets proposés sont aux mains de propriétaires légitimes. Selon la Convention de l'Unesco sur la protection des biens culturels ratifiée par la France et selon le droit français, leur vente et leur achat par un musée sont parfaitement légaux. Cependant, la sortie de ces objets de leur territoire est très

⁵⁴¹ Le débat sur les restitutions s'est rouvert lors du discours d'Emmanuel Macron à Ouagadougou le 28 novembre 2017 et de la création de la commission chargée d'étudier les possibilités de retours des objets d'ici novembre 2018. Ces retours sont souvent compliqués et sur la base de différents arguments, sont rarement complets : lorsque les musées français, belges ou suisses entrent en matière sur d'éventuels retours, les objets restent souvent la propriété des institutions européennes. Les objets sont « en dépôt permanent » ou sont « des objets ambassadeurs ».

⁵⁴² Voir *supra*, chapitre 2, point Le paradigme esthétique et le plaisir, p. 120 où j'évoquais les deux paradigmes différents (assimilationnisme et universalisme) liés aux ambitions politiques de l'Allemagne et de la France.

certainement le fait de pillages et le code de déontologie de l'ICOM, voire l'éthique personnelle de certains conservateurs, interdit d'encourager le marché noir et le trafic illicite. Finalement, la couche politique s'ajoute à ce retrait du musée dans l'achat potentiel : les États désirent entretenir des relations sereines et apaisées, ce qu'une acquisition déontologiquement contestable risquerait d'ébranler : « si demain j'achète une pièce un million d'euros aux enchères ici à Paris, ça risque de faire un scandale dans la presse, donc c'est une situation très délicate »⁵⁴³.

La volonté de justice est au centre de ces implications politiques, un argument aussi repris par les marchés, qui justifient la circulation des biens et les prix élevés par la reconnaissance ainsi donnée aux sociétés productrices de ces objets. La connaissance est ici, à nouveau, au cœur du processus : pas de reconnaissance, sans connaissance des objets.

Des biens en voie de légitimation

Raymonde Moulin (1967) identifie dans sa classification des marchés que nous avons déjà citée *supra*⁵⁴⁴ un marché des artistes en voie de légitimation. Pour le cas de l'art contemporain, celui-ci est défini comme le segment qui « rassemble les artistes qui respectent la convention d'originalité mais qui n'ont qu'une relative notoriété » (Moureau et Sagot-Duvaurox, 2016). Nous ne pouvons appliquer cette définition du terme « en voie de légitimation » au marché des objets ethnographiques, dont l'artiste est souvent inconnu et dont la « convention d'originalité » n'est pas le cadre de référence. Cependant, cette expression est selon moi quand même applicable à ce champ pour deux raisons : premièrement, car la mise en place de critères de valeur, la qualification de certaines instances en tant que légitimatrices et la fixation d'une convention commune sont encore en cours ; deuxièmement, car son entrée dans le champ de l'art et la considération que les objets qui en font partie sont bien des œuvres d'art est relativement récente, si ce n'est encore partiellement inaboutie.

⁵⁴³ Citations extraites d'un entretien mené avec André Delpuech à Paris, le 29 octobre 2015.

⁵⁴⁴ Voir Chapitre 1, point Appréhender la valeur de l'objet au prisme de sa circulation : le rôle du marché, p. 67.

Le champ possède des spécificités qui empêchent les acteurs de se calquer totalement sur les cadres de références déjà employés et qui nécessitent la création de nouveaux cadres dont l'enjeu est double : légitimer les objets comme appartenant au champ artistique et de fixer les critères de valeurs des objets.

5.2.3 Co-construire la valeur

Avec le cadrage du champ, la fixation de la valeur des objets est le deuxième enjeu de la catégorisation. Dans un champ aux caractéristiques spécifiques et encore en voie de légitimation, la catégorisation fonde la base sur laquelle se construit la valeur des objets.

Nous avons déjà vu dans le premier chapitre de ce travail l'abondante littérature consacrée à la *valeur*⁵⁴⁵ et ne reviendrons pas sur l'entier de ces productions. Notons cependant quelques points : si en français, ce terme est extrêmement polysémique : du latin *valere*, qui signifie être fort, la valeur désigne fondamentalement une chose considérée comme importante. Pour Krzysztof Pomian (1987: 43), un objet se voit attribuer une valeur par un individu ou un groupe d'individus lorsque ces derniers décident de le conserver, de le protéger ou de le reproduire. Les objets qui ne remplissent pas ces conditions sont considérés comme des déchets. Cette définition de la valeur semble relativement minimale et à nuancer : tout d'abord, en français, le terme renvoie aussi à une idéologie ou à une règle de morale, à la juste signification d'une chose ou à une mesure de grandeur. Le terme est donc très positivement connoté. En outre, il est important de relever que deux verbes sont issus de cette racine : *évaluer* – qui implique de fixer la valeur – et *valoriser* – qui implique de développer la valeur. Nous verrons comment ces nuances sémantiques sont importantes dans la compréhension du processus de construction et de maintien de la valeur. Ce terme est, dans un deuxième temps, à différencier du *prix* d'un objet ; le prix est considéré comme le résultat à un moment donné du processus d'évaluation et de valorisation de l'objet⁵⁴⁶. La valeur n'est pas une unité de mesure et le prix traduit la valeur de l'objet en unités comparables et échangeables dans un système monétaire

⁵⁴⁵ Voir Chapitre 1, point 1.1.3 La circulation des objets et leurs échanges : générateurs de sens et de valeur(s), p. 62.

⁵⁴⁶ « L'expression en monnaie de l'ampleur de la valeur » (Marx, 1867 [1965]: 196-197).

commun à un grand nombre d'acteurs. Il permet ainsi de situer l'objet sur une échelle spécifique et de quantifier son importance. Isabelle Graw (2009: 31) rappelle que le prix est toujours corrélé à la valeur marchande de l'œuvre et non à sa valeur symbolique. Il nous semble cependant difficile de séparer strictement l'une de l'autre, comme nous allons le voir *infra*.

Finalement, plusieurs différenciations et analyses de la valeur ont été faites en sciences sociales et en sciences économiques : selon la théorie objective de la valeur⁵⁴⁷, il existe des critères de fixation de la valeur des objets, valables en tout temps et en tous lieux. Ces critères sont liés au travail fourni pour produire l'objet (c'est-à-dire les coûts de matériaux et de travail à la production de l'objet). Cette approche se révèle peu pertinente dans le cas de l'art, comme le relève Karl Marx qui exclut déjà dans *Le Capital* les objets d'art de sa théorie. En effet, les qualités intrinsèques ne définissent que peu le prix de l'objet sur le marché. Pour les « marginalistes » (Jevons, 1888, Menger, 1871 [1981], Walras, 1874 [1889]) qui élaborent une théorie subjective de la valeur, celle-ci dépend de l'utilité marginale du bien⁵⁴⁸. Cette notion a considérablement enrichi la compréhension de la formation de la valeur des objets sur le marché de l'art en ajoutant des facteurs circonstanciels, comportementaux et subjectifs dans le processus de d'évaluation d'un bien, une approche communément reprise aujourd'hui.

Une fois admis le caractère subjectif et comportemental de la fixation de la valeur et du prix des objets, les sciences sociales ont développé un certain nombre d'approches et d'outils différents pour comprendre les mécanismes de construction et leurs enjeux. Sans revenir sur l'histoire de ces analyses, j'aimerais souligner certains outils proposés par Nathalie Heinich dans ses recherches sur la littérature, le patrimoine ou l'art contemporain (1998, 2009, 2017) : parfois contestés, ils nous invitent cependant à considérer :

⁵⁴⁷ Notons que pour être précis, il serait plus correct de parler *des* théories objectives de la valeur, puisque Adam Smith (1776 [1966]), David Ricardo (1817 [1971]) ou Karl Marx (1867 [1965]) ont développé des approches légèrement différentes de cette objectivation de la valeur, par exemple, Adam Smith évoque, contrairement à Marx, les objets d'art dans sa théorie.

⁵⁴⁸ Voir *supra*, Chapitre 1, point Appréhender la valeur de l'objet au prisme de sa circulation : le rôle du marché, p. 67.

« La pluralité des valeurs, la relation entre valeurs privées et valeurs publiques, le jeu des valeurs et des non-valeurs, l'opposition entre des valeurs fondamentales jugées "positives" et des valeurs contextuelles, partagées elles-mêmes entre valeurs privées et valeurs publiques » (Guilhaumou, 2017).

Elle différencie ainsi les registres et les régimes de valeurs, les premiers relevant de différents cadres d'évaluation – registre esthétique, registre économique, registre patrimonial, etc. – et les seconds relevant de systèmes de valorisation. Le régime de singularité, par exemple, est un système de valorisation basé sur la rareté et privilégiant le particulier, par opposition au régime de communauté basé sur la conformité et privilégiant le général (Heinich, 1998). Un constat aussi opéré du côté des sciences économiques et de l'économie de la culture, puisque dans leur définition de la valeur François Mairesse et Fabrice Rochelandet (2015: 33-34) différencient les différentes valeurs qu'un bien peu endosser : valeur d'usage, par exemple, valeur symbolique, valeur financière, etc. Il est intéressant de revenir sur ces concepts que le champ de l'art africain et océanien défie particulièrement.

Ces précédentes analyses, de la valeur en général ou pour les objets sur le marché de l'art, ont posé des bases sur lesquelles il n'est pas besoin de revenir : tout d'abord, la valeur ne peut être calculée sur les qualités intrinsèques des objets et elle ne correspond pas aux coûts des matériaux utilisés ou du travail de production. Un facteur comportemental, lié aux besoins et à l'utilité de l'objet pour son acquéreur, s'ajoute à la construction de la valeur. Cette dernière correspond donc à l'importance que les acteurs donnent à l'objet, sur la base de différents critères, eux-mêmes relevant de différents registres ; deuxièmement, ces registres ne possèdent potentiellement pas tous les mêmes critères et peuvent être mobilisés différemment selon les contextes et les gens. Finalement, ces critères peuvent s'organiser en différents systèmes qui varient selon les champs de l'art. Quels sont ces critères pour les objets ethnographiques et existe-t-il différents registres ? Le champ se base-t-il sur un régime de valeurs en particulier ?

Définir des critères de valeur des objets ethnographiques

« La base d'un bel objet c'est son ancienneté déjà. Pour être jugé en tant qu'objet qui se respecte, il faut qu'il soit ancien. Une fois qu'il est ancien – ce qui n'est déjà pas facile – il faut qu'il soit réussi. C'est-à-dire, il faut que le sculpteur ait réussi à créer quelque chose de beau et dans les critères de son ethnie. Et une fois qu'il est réussi, il faut qu'il ait une qualité graphique supérieure ; et une fois qu'il a une qualité graphique supérieure, il faut qu'il ait une patine qui accompagne. Si la patine est belle, en plus de ça, ce qui fait qu'il va devenir exceptionnel, c'est une petite originalité. Quelque chose de différent des autres. Un plus, un moins, quelque chose d'atypique, tout en restant typique. Être dans les critères, mais avec quelque chose d'atypique. Là, on va se rapprocher d'un objet important. Et après ce qui va différencier un chef-d'œuvre d'un objet beau, ça va être la petite différence, de qualité, la patine, le style, la rareté, la main, la signature de l'artiste, c'est là où on va passer de la belle sculpture au génie. C'est quelques petits détails qui font toute la différence. C'est un ensemble de critères énorme »⁵⁴⁹.

Lorsqu'il leur est demandé quels sont les critères de valeur d'un objet d'art africain et océanien ou d'un objet ethnographique, les différents acteurs citent facilement et rapidement quelques critères, comme les énumère Lucas Ratton. Son discours montre aussi que tous ne sont cependant pas identiques et qu'il existe une hiérarchie. Ces critères ont été passablement étudiés par les précédents ouvrages sur les musées d'ethnographie (Price, 1991), le marché de l'art africain et océanien (Cazaumayou, 2009, Fossey, 2011) et les collectionneurs (Bonnain-Dulon, 2001, Derlon et Jeudy-Ballini, 2008). Cette partie se contente d'examiner les discours des acteurs de mon échantillon de recherche et des critères qui font ou non-sens pour eux, renvoyant régulièrement aux recherches déjà menées pour davantage d'approfondissements.

La posture est donc fondamentalement éémique⁵⁵⁰. L'objectif n'est pas ici de revenir sur les enjeux de chaque critère, mais de comprendre l'écart entre des discours basés sur ces critères et leur peu d'importance finale dans la fixation de

⁵⁴⁹ Extrait d'un entretien mené avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

⁵⁵⁰ Pour une critique de cette posture, voir *supra*, Chapitre 3, point Les entretiens, p. 202.

la valeur des objets. L'ancienneté et l'usage sont les deux critères qui reviennent dans la totalité des discours, d'autres critères réapparaissant ponctuellement : authenticité, provenance, pedigree, rareté et beauté. Que recouvrent ces critères et que faut-il pour déclarer un objet comme authentique ou comme une copie, selon les acteurs du champ ? Sur quel système de référence ces critères se basent-ils ?

L'USAGE ET L'ANCIENNETÉ : LES CRITÈRES FONDATEURS

L'usage et l'ancienneté sont deux critères qui répondent tous deux à la même double exigence : la destination de l'objet et l'inscription de l'objet dans un centre de style précis.

Pour la majorité des acteurs, qu'ils soient marchands ou professionnels de musées, la destination de l'objet doit être la société ou le groupe dont est issu le producteur de l'objet. De façon générale, comme le formule Rolande Bonnain, un objet d'art africain doit répondre à l'exigence des triples A : être produit en Afrique, par un Africain pour un Africain (Bonnain Dulon, 2001, Bonnain-Dulon, 2013, Derlon et Jeudy-Ballini, 2008). L'ancienneté permet d'attester de cette exigence, en éliminant le fait que l'objet soit produit pour des groupes externes, les destinations externes telles que les touristes – c'est alors de l'art d'aéroport – ou les colons – ce sont alors des faux – étant extrêmement dévalorisantes :

« L'ancienneté, c'est obligatoire. Quoi qu'on en dise, parce que ce sont des cultures qui se sont sublimées pour créer des chefs-d'œuvre dans un contexte culturel autonome, entre soi. Les influences extérieures brutales qu'ont apportées l'Occident et la montée des conquêtes coloniales ont bouleversé la donne et ont changé tout l'esprit de l'œuvre d'art »⁵⁵¹.

L'usage répond aux mêmes exigences : un objet utilisé signifie qu'il a été produit pour la société dont il est issu et non pour l'extérieur, à des fins d'usage et non à des fins décoratives : « il faut que le masque ait dansé » (Derlon et Jeudy-Ballini, 2008: 47, Kamer, 1974).

Deuxièmement, l'ancienneté permet d'attester, comme l'expliquer Serge Schoffel, que les producteurs de l'objet n'ont pas été en contact avec des colons et donc des

⁵⁵¹ Extrait d'un entretien mené avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

influences considérées comme extérieures à un style propre. L'objet est ainsi dit « pur », vierge de toute influence qui aurait pu le dénaturer. Différents éléments permettent d'attester de l'ancienneté ou de l'usage à leur tour : la « patine » d'un objet (en général constituée de dépôts de matière comme du sang, de la cendre, des plumes, etc.) : « S'il n'y a pas de patine, il y a une faiblesse quelque part »⁵⁵². De même que les failles ou cassures dans les objets :

« Une fois j'arrive dans une galerie et il y avait une pierre qui venait du Vanuatu, elle était cassée. Le marchand me dit "je vais la faire restaurer, je vais faire recoller les deux morceaux". Je lui dis "non ne fais pas ça, c'est une pierre qui rentre dans tel rituel et à la fin du rituel on casse ces pierres, donc la cassure fait partie de l'objet, si tu recolles les deux objets tu risques, tu vas faire un objet qui est faux. Normalement, sur le marché tu ne dois pas trouver ces objets-là pas cassés" »⁵⁵³.

La provenance et l'histoire de l'objet sont aussi des éléments qui permettent d'attester de cette ancienneté et donc de la qualité de la pièce. Ils ont pris de plus en plus d'importance au fil des années, au point qu'une question s'est très vite retrouvée sur toutes les lèvres : quel est le *pedigree* d'une pièce ?

LE PEDIGREE ET LA PROVENANCE : LE POIDS DU PARCOURS D'UN OBJET

La provenance et le *pedigree* renvoient donc tous deux à l'histoire de l'objet : la provenance à son histoire avant sa sortie de son pays d'origine, le *pedigree* à son histoire après cette sortie. Ces deux critères donnent de la valeur à un objet pour plusieurs raisons : tout d'abord, comme suggéré *supra*, ils peuvent attester de l'ancienneté de la pièce (Derlon et Jeudy-Ballini, 2008: 91). Si l'objet peut être certifié comme ayant appartenu à des collections publiques ou privées, la sortie de son pays peut être datée avec davantage de précision. Deuxièmement, certaines provenances sont mieux cotées que d'autres sur le marché de l'art, comme l'a détaillé Estelle Fossey dans sa thèse (2011). Troisièmement, le *pedigree* d'un objet renvoie à un possesseur de l'objet particulièrement reconnu ou important, que cela soit dans le champ même de l'objet ethnographique, ou dans d'autres

⁵⁵² Extrait d'un entretien mené avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

⁵⁵³ Extrait d'un entretien mené avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

champs de l'art ou de la culture, voire plus largement de la politique ou de l'économie. L'objet se transforme alors en relique, perpétuant l'idée que quelque chose de son possesseur subsiste toujours dans un objet⁵⁵⁴. Finalement, le *pedigree* est considéré comme une forme de garantie de l'importance de la pièce : si une personne reconnue pour son goût ou son talent a possédé l'objet, cela l'a rendu digne d'intérêt :

« On parle beaucoup des provenances de nos jours, mais moi une provenance ne me dit rien sauf quand elle est magique. Je donne un exemple, qu'on se comprenne : un objet qui a influencé un peintre moderne, une pièce qui a appartenu à un grand écrivain, ou à des gens qui ont eu une vision prématurée de l'art africain, c'est important. Parce qu'aujourd'hui je trouve que c'est tellement plus facile. Mais à l'époque, entre 1900-1950, les choses n'étaient pas simples et encore moins pour un précurseur en art. Comme par exemple cette femme, Helena Rubinstein, une polonaise juive d'un 1, 50 mètres qui a débarqué à New York et affectionna l'art africain. Elle s'est imposée. Je trouve ça extraordinaire et je trouve que ça a de l'intérêt »⁵⁵⁵.

La provenance et le *pedigree* sont tous deux des critères de valeur d'un objet d'art africain et océanien davantage présents sur le marché de l'art que dans les musées d'ethnographie : il est ainsi en général possible d'effectuer des recherches par collectionneurs ou collections dans les bases de données d'objets du marché ; les catalogues de ventes aux enchères et d'expositions de galerie mentionnent régulièrement depuis quelques années les provenances et *pedigree* des pièces. Seule la première raison, celle qui atteste de l'ancienneté de la pièce, est citée par les conservateurs et responsables de musées comme ayant quelque intérêt. Cette dernière peut en effet aider à savoir si l'objet provient de fouilles clandestines récentes :

⁵⁵⁴ Sur la même idée que celle du *hau* ou de la *Kula*, où subsistent dans les objets quelque chose de leur possesseur, même après avoir été échangés (Callon, 2017: 85, Derlon et Jeudy-Ballini, 2008: 288).

⁵⁵⁵ Extrait d'un entretien mené avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

« Pour nous, ça devient difficile et c'est là qu'on rejoint l'idée de *pedigree*, car quand une pièce est connue et qu'elle traîne dans des collections depuis des années, qu'elle a vu des dizaines d'experts, plus tôt elle est connue, moins il y a de chances qu'elle soit fausse. Plus elle traîne dans les musées depuis le 19^e début du 20^e... Bon, on est toujours surpris quand une pièce surgit de nulle part. On peut se poser la question avec le *pedigree* : si la pièce est déjà en Europe depuis cinquante ou cent ans ou si elle a été pillée hier. Si un objet n'a pas de *pedigree*, c'est embêtant, car il peut avoir été pillé hier »⁵⁵⁶.

Si ce critère a été largement étudié, il est intéressant de noter que les observations de ce terrain de recherche montrent une évolution dans son usage : tout d'abord, la forte hausse de ces mentions dans les productions écrites du champ est incontestable, un sentiment partagé par tous :

« Si on regarde les catalogues de vente sur les cinq dernières années ou les huit dernières années, on va constater un phénomène de références bibliographiques et de provenance. Aujourd'hui, il n'y a pas un objet qui n'est pas vendu avec une provenance, une histoire derrière, un nom, dans un catalogue de ventes publiques anglo-saxon »⁵⁵⁷.

Ce critère a augmenté dans les pratiques des marchands, mais il a aussi pénétré le monde du musée où, nous l'avons vu, ce critère était moins pertinent : les cartels de l'exposition du Pavillon des Sessions, par exemple, mentionnent les anciennes collections de l'objet et certaines expositions citent de plus en plus régulièrement les possesseurs des objets et ce de façon de plus en plus ostensible, au point de susciter des controverses au sein même des institutions :

« Regardez là, il y avait une exposition sur les Maîtres de Côte d'Ivoire, personnellement pour moi c'est un scandale. Dans cette exposition, on donnait le nom des maîtres qui avaient sculpté, ce que je trouve très bien, dans d'autres cas anonymes on qualifiait le maître par sa technique ou une

⁵⁵⁶ Extrait d'un entretien mené avec André Delpuech, le 29 octobre 2015.

⁵⁵⁷ Extrait d'un entretien mené avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

particularité, par exemple le “Maître aux pieds carrés”, ce qu’on fait aussi dans l’art classique pour certains tableaux, et puis à côté de ça on mettait des noms de maîtres en donnant le nom du marchand ou du propriétaire. Il y avait le maître Vérité ! Pour moi, en tant qu’archéologue-anthropologue, ça me choque, qu’on donne le nom d’un maître africain en l’appelant par le nom de l’Européen qui a acheté ça. Ça veut dire quoi ? C’est comme si on disait le maître Louis XIV ou le maître Pinault pour un Jeff Koons ? »⁵⁵⁸.

Deuxièmement, des noms de maisons de ventes ou de marchands actuels sont apparus dans les provenances et *pedigrees* des pièces, attestant ainsi d’une « histoire en train de se faire » : comme pour les figures mythiques détaillées dans la partie historique de ce travail⁵⁵⁹, des marchands se positionnent aujourd’hui comme des figures importantes et de nouveaux « héros » naissent. Ainsi, la réputation de certains marchands actuels fait l’importance de l’objet et est citée dans les *pedigrees* de pièces. Parfois cependant, la mention du marchand ne signifie pas que l’objet a fait partie de sa collection, même temporairement, mais qu’il a appartenu à certains de ses clients :

« Je vous dis ça sous le sceau du secret, mais on note maintenant que dans ce qu’on appelle le *pedigree* des objets, il y a des noms de marchands qui figurent, qui ne sont pas des noms de collectionneurs, mais des marchands qui ont eu les objets en main parce qu’ils les ont ensuite revendus à des collectionneurs. Donc là, si on n’est pas au courant, qu’on ne connaît pas les choses, on ne sait pas faire la différence. Je pense que si c’est un marchand prestigieux, ça valorise la pièce, parfois je ne vois pas tellement ce que ça apporte, mais c’est pour dire qu’elle a transité par des collections ou des collectionneurs de ce marchand-là, en particulier »⁵⁶⁰.

Dans un champ où le collectionneur est parfois discret au point que le galeriste agit à sa place dans les relations entre collectionneurs et musées, comme vu *supra*, il arrive que ce soit aussi le galeriste qui prenne sa place sur le cartel ou la notice

⁵⁵⁸ Extrait d’un entretien avec un conservateur de musée, mené à Paris en 2014.

⁵⁵⁹ Voir *supra*, Chapitre 2, point 2.2.3 Les galeristes, des figures mythiques, p. 127.

⁵⁶⁰ Extrait d’un entretien mené avec un conservateur de musée à Paris en 2014.

de catalogue. Cette pratique n'est pas à dissocier du lien important qui peut se créer, comme nous l'avons vu, entre un galeriste et un collectionneur et du positionnement du galeriste dans le champ par rapport aux maisons de ventes : comme un acteur proche du collectionneur, qui peut prendre sa place si nécessaire et qui fournit une forme de « service après-vente »⁵⁶¹.

Finalement, la présence accrue de mention de *pedigree* ou de provenances dans les catalogues des marchands ne signifie pas toujours que ces dernières aient un sens, voire soient vérifiées :

« En fait beaucoup de collectionneurs veulent des provenances avérées et parfois ils se retrouvent avec des fausses provenances ! Parce que les gens veulent, ils leur en donnent ! »⁵⁶².

Les dérives sont nombreuses et les critères censés valider la valeur et l'authenticité d'une pièce se retrouvent alors faussés et manipulés.

LA PLACE DE L'OBJET DANS UN ENSEMBLE : SÉRIES, RARETÉ, REPRÉSENTATIVITÉ
La place de l'objet dans des collections particulières est donc primordiale pour juger de sa valeur : pour les acteurs, l'objet possède des qualités intrinsèques, mais il tire aussi du sens et de la valeur par rapport aux autres objets et selon sa place dans un ensemble. L'ensemble des objets issus de la même provenance, l'ensemble des mêmes types d'objets (sculptures, dessins, etc.), l'ensemble des objets ayant appartenu à la même collection, etc. :

« Par exemple, si on a un reliquaire kota ndasa, on se demande qu'est-ce que c'est le corpus du kota ndasa ; combien d'œuvres ; comment il se place par rapport au corpus ? [...] Des questions comme quel est le corpus du groupe ? Le corpus dans lequel il s'intègre, et au sein de ce corpus, qui peut être par exemple les kota ndasa, quelle est sa place ? »⁵⁶³.

⁵⁶¹ Voir *supra*, Chapitre 4, point La galerie : un espace humain, p. 249.

⁵⁶² Extrait d'un entretien mené avec Judith Schoffel de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

⁵⁶³ Extrait d'un entretien mené avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

Ces questions sont posées par tous les acteurs du champ. Ainsi, du côté du musée la place de l'objet dans d'anciennes collections est importante, mais la place que l'objet peut prendre dans les collections actuelles l'est peut-être encore davantage :

« Ce qui fait qu'un objet doit entrer au musée, c'est qu'il complète les collections dans le sens compléter un ensemble déjà existant où il manquait, ou compléter une lacune, car on n'a pas tout sur tout et c'est pour ça qu'on a créé le musée : on essaye d'accumuler cette connaissance. Si on nous propose la énième arme d'Afrique centrale, qui peut être très belle, si elle vient compléter une série qu'on a, on l'accepte »⁵⁶⁴.

Cependant, tout le monde n'y répond pas de la même manière : ainsi, de précédentes recherches ont montré comment certains registres étaient davantage mobilisés que d'autres, sans cependant appartenir davantage à un champ plutôt qu'à un autre (Cazaumayou, 2009, Doyen, 2012, Kamer, 1974) : si c'est parfois la rareté et l'originalité de la pièce qui fait sa valeur, cela peut aussi être, comme l'explique Aurélien Gaborit, l'inscription dans une série ou la qualité de représentativité de l'objet : dans ce cas, l'objet ne doit pas être unique, au contraire, mais comprendre en lui-même la somme de toutes les caractéristiques d'un groupe d'objets.

Ainsi, s'il est tentant de considérer un paradigme muséal relevant d'un régime de communauté d'un côté (et donc privilégiant l'ensemble), et un paradigme marchand relevant d'un régime de singularité de l'autre (et donc privilégiant la rareté), de nombreux exemples contestent cette dichotomie qui a été régulièrement apposée aux musées d'ethnographie, notamment dans le débat sur le Musée du quai Branly-Jacques Chirac⁵⁶⁵. Du côté des musées, leurs positionnements diffèrent : certaines politiques d'acquisition, comme nous l'avons vu, privilégient l'exceptionnel et l'original. Du côté des marchés, certains collectionneurs ou

⁵⁶⁴ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

⁵⁶⁵ Voir *supra*, Chapitre 3, point 3.1.2 Le Musée du quai Branly-Jacques Chirac et le Pavillon des Sessions du Louvre, p. 170.

marchands valorisent le social et le général. Ainsi, ces régimes semblent, pour le cas du champ de l'art africain et océanien, cohabiter en tension et être propres à des situations ou des dispositions plutôt qu'au champ en général ou à un groupe d'acteurs en particulier.

LA BEAUTÉ ET LA DOCUMENTATION : INCONCILIABLES ?

Ces paradigmes qui opposent des registres de valeur différents selon les groupes d'acteurs, se sont cristallisés, comme nous l'avons vu dans l'introduction de cette recherche, en deux groupes : les partisans d'une approche esthétique des objets, qui privilégieraient la forme et par extension considèrent la rareté et l'originalité comme plus valorisantes que, contrairement à leurs opposants, l'approche documentaire qui vise à appréhender l'objet par rapport aux informations qu'il peut donner de la société qui l'a produit. L'approche esthétique relève dans ce cas du paradigme marchand privilégiant le registre de singularité alors que l'approche documentaire relèverait du paradigme muséal, privilégiant un registre de communauté.

Comme nous l'avons déjà montré *supra*, il est premièrement difficile d'attribuer l'un ou l'autre régime à l'un ou l'autre groupe d'acteurs ; il est aussi difficile d'attribuer l'une ou l'autre approche à un groupe d'acteurs en particulier. En effet, les politiques d'acquisition des institutions muséales montrent que si l'objet possède une valeur documentaire importante, sa valeur esthétique n'en est pas délaissée pour autant. Les pièces rares, exceptionnelles ou originales sont aussi recherchées que les représentatives ou les communes et ce autant depuis la naissance de ces musées, comme nous l'avons déjà montré dans l'historique, qu'aujourd'hui :

« Sa qualité plastique bien sûr en premier lieu, même si elle est lacunaire, mais il y a aussi des objets qui ne sont pas forcément très beaux qui rentrent. Tout le monde est le bienvenu au musée : les textiles, les bijoux, les ustensiles, pourvu qu'ils révèlent quelque chose, qu'ils disent quelque chose de la population qui les a créés »⁵⁶⁶.

⁵⁶⁶ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

De même, sur le marché, la documentation d'une pièce et son utilisation peuvent être aussi valorisantes que ses qualités plastiques ou formelles, d'où le développement important ces dernières années des documents explicatifs, des catalogues, des notices, etc. dans les expositions de ventes aux enchères ou dans celles présentées lors des foires et des salons par les galeristes. Même lors d'un simple déballage par un vendeur à la sauvette, ce dernier ne présentera pas les objets sans quelques mots explicatifs sur les pièces.

L'AUTHENTIQUE ET LE FAUX

Il faut tous ces critères pour pouvoir produire une déclaration d'authenticité, puisque la signature de l'artiste et le lien à l'artiste sont impossibles à effectuer.

La déclaration d'authenticité permet de séparer les copies des pièces originales, le faux étant, selon la majorité des acteurs de mon terrain, en constante augmentation sur le marché de l'art africain et océanien ces dernières années. Tant les marchands que les conservateurs soulignent la multiplication de faux due selon eux à la montée des prix et à l'accroissement de la demande : « C'est devenu une industrie [...] C'est l'effet pervers d'un marché qui s'est emballé qui atteint des prix astronomiques, ça donne des idées »⁵⁶⁷.

Pour les marchés de l'art africain et océanien, le faux est à double tranchant : il diminue la rareté de l'offre et donc dessert le marché, et rend le jeu dangereux puisqu'il décrédibilise rapidement un individu si son expertise est contestée. Cependant, la multiplication des faux permet aussi aux marchands de mobiliser quelques arguments supplémentaires : c'est l'occasion de valider leur statut d'expert et de montrer leurs connaissances, car il faut des connaissances parfois pointues pour savoir si un objet répond aux critères que nous avons vus exposés

⁵⁶⁷ Extrait d'un entretien mené avec André Delpuech, le 29 octobre 2015 à Paris qui poursuit : « Moi je connais des pays où il y a aucun problème pour se procurer tous les faux qu'on veut. Il y a même des pays où vous pouvez passer commande : les gars vous disent de repasser dans six mois... C'est tout juste s'ils n'ont pas le catalogue ». La presse se fait aussi régulièrement l'écho de la multiplication des faux (« Les vrais pièges des fausses œuvres d'art », *Trends*, 14 octobre 2010 ; « Spécial foire des Antiquaires : qualité garantie ? Cherchez l'expert ! », *Le Soir*, 3 décembre 2015 ; « Comment investir dans le marché de l'art ? », *Bilan*, 16 décembre 2009, etc.

supra. Les marchands insistent sur l'importance pour tout collectionneur d'être accompagné dans sa pratique de collection par un expert, justifiant ainsi encore davantage l'importance de leur rôle, car les musées de leur côté ne peuvent, comme nous l'avons vu *supra*, délivrer d'expertise : manque de connaissances de la part de conservateurs souvent formés de façon plus générales sur les collections, législations ou déontologie leur interdisant de délivrer une expertise, etc. Le marchand est alors une ressource-clé⁵⁶⁸.

En outre, la multiplication des faux augmente le degré d'incertitude dans le champ, une incertitude qui tend à favoriser un effet d'imitation des comportements des acheteurs, sur lequel nous reviendrons *infra*⁵⁶⁹.

Finalement, le faux peut parfois revêtir une valeur pour lui-même : certains faux sont vendus en tant que tels, pour leur qualité de copie, l'ingéniosité de leur facture ou leur histoire particulière. Anthony Meyer en a même fait une grande partie de son commerce, vendant de nombreux objets considérés comme faux dans sa galerie parisienne. Le terme de « faux » est alors compliqué à définir : s'il s'entend généralement sur la destination de l'objet (il est fabriqué pour un public autre que la société d'origine de l'objet) et sur son ancienneté (il est fabriqué récemment ou à une époque où les influences occidentales étaient déjà présentes dans les pays concernés), différentes strates de faux existent selon le nombre de critères respectés ou non, selon les publics auxquels l'objet est destiné, si sa fabrication visait délibérément à tromper ou non, etc.

L'authenticité dévoile là son caractère intimement subjectif : l'authenticité et les faux ne sont pas les mêmes pour tous. Si comme nous l'avons dit *supra*, l'ancienneté et l'usage sont en général des critères partagés par l'ensemble des acteurs, des objets fortement influencés par la colonisation, des pièces fabriquées pour des touristes ou des copies peuvent aussi posséder une certaine valeur, dans certains contextes et pour certaines personnes. Ainsi, le Musée du quai Branly-Jacques Chirac présentait un florilège des « statues colons » dans son exposition

⁵⁶⁸ Sur ce rapport, je renvoie ici au point 5.1.3 Le jeu sensible du droit et du devoir d'expertise, p. 336.

⁵⁶⁹ Voir point Effets de snobisme et effets d'imitation, p. 382.

*Homme blanc, homme noir*⁵⁷⁰ et ces statues ont créé une catégorie particulière sur le marché de l'art africain et océanien, apparaissant dans les expositions de galeries ou les ventes aux enchères.

Deuxièmement, les registres de communauté ou de singularité peuvent être mobilisés dans différentes situations et par différents groupes d'acteurs. La rareté ne signifie en outre pas toujours la même chose d'une galerie à l'autre : s'agit-il de la rareté par rapport à la loi de l'offre et de la demande, à une rareté absolue due à une très petite production à la base, à une rareté résiduelle due à une très grande perte de ces objets au fil du temps (à cause de leur matériau, notamment, très périssables), à une rareté artistique relevant d'un style ou d'un « génie » particulier, etc. La provenance est un critère de valeur selon le développement historique des goûts dans les différentes régions du monde et le *pedigree* dépend de l'importance accordée aux individus ayant possédé les objets. S'ajoute à cela la difficulté à définir le champ en général et même les centres de styles ou de populations en particulier, puisque ne serait-ce que l'orthographe n'emporte aucun consensus et qu'il existe de multiples possibilités de dénommer et d'écrire les références géographiques.

Les critères ne recouvrent ainsi pas les mêmes définitions selon les situations, les acteurs et les contextes, et ils peuvent en outre aussi être pondérés différemment les uns par rapport aux autres, selon ces mêmes acteurs, situations ou contextes.

La place de l'irrationnel et du spéculatif

Les critères qui constituent le cadre d'évaluation des objets sont donc différents selon les individus et ne recouvrent pas forcément les mêmes réalités ou les mêmes registres ou régimes de valeur : l'ancienneté, la rareté, l'authenticité, voire le *pedigree* ou la provenance d'une pièce sont en fait très difficiles à fixer et ne relèvent pas des qualités intrinsèques des objets (Derlon et Jeudy-Ballini, 2008: 17). En plus des critères de valeur de l'objet relativement subjectifs, s'ajoutent, comme nous l'avons vu avec l'apport des marginalistes et des sciences sociales *supra*, des facteurs liés au comportement des individus mêmes. Ces facteurs peuvent être qualifiés d'*irrationnels*, non parce qu'ils n'ont pas de sens, mais bien parce qu'ils ne sont pas liés à des calculs ou des appréciations objectives de

⁵⁷⁰ Voir l'annexe 6.1 : synthèse des données d'observation des expositions de musées.

l'objet échangé, de l'offre ou de la demande de cet objet ou de ses qualités intrinsèques. Ce sont des critères fondamentalement extérieurs à toute qualité de l'objet. Ainsi, lorsqu'Estelle Fossey a cherché à comprendre quels étaient les facteurs qui avaient motivé les achats des collectionneurs d'art africain, ses enquêtés ont répondu à 46% « l'émotion procurée par la pièce » et à 39% « la force spirituelle que l'objet incarne » (Fossey, 2011: 160). De même, l'étude de Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008) sur les collectionneurs d'art africain et océanien a révélé l'importance de l'imaginaire, de l'émotion et des représentations que les acheteurs projetaient sur les objets dans leurs motivations d'achats : le prix d'un objet dépend ainsi du comportement rationnel autant que du comportement irrationnel⁵⁷¹. Pour Roland Bonnain, le prix final d'un objet est aussi en grande partie constitué du prix du désir d'acquérir cette pièce et « vaut ce qu'on est prêt à payer pour la posséder » (Bonnain-Dulon, 2005: 403). L'importance de l'irrationnel n'est donc pas un fait nouveau dans les études sur la valeur, autant dans l'économie en général que dans le champ de l'art africain et océanien. Ce qui nous intéresse ici est de pointer précisément quels sont les ressorts extérieurs à l'objet qui pèsent dans l'élaboration de la valeur et comment ceux-ci sont mobilisés. Selon nous, trois ressorts principaux participent de l'évaluation et de la valorisation des objets : le désir d'objet et l'émotion, le goût du risque et l'entreprise de spéculation, les effets d'imitation et de snobisme.

DÉSIR ET ÉMOTION

Pour le collectionneur privé, la valeur de l'objet ne se situe pas seulement dans l'importance que la pièce peut avoir par rapport à son corpus, à l'ancienneté ou à ce que l'objet peut dire d'une société, de son style ou de son fonctionnement : l'importance réside aussi dans une émotion que l'acheteur ou le possesseur entretient avec un objet en particulier. Cette émotion est constitutive de la valeur accordée à l'objet, mais s'illustre sur deux plans différents : l'émotion que le regardeur entretient avec l'objet et qui augmente son attachement ; l'émotion

⁵⁷¹ Ainsi la plupart des critères exposés *supra* sont revus à l'aune de ces fantasmes : l'ancienneté, par exemple, correspond à l'idée de sociétés primitives isolées et sans contact, proches de l'origine du monde, renvoyant à une vision romantique et stéréotypée de l'Autre exotique.

suscitée au moment de l'achat, par un dispositif spécifique, comme l'enchère et qui augmente le désir d'achat et donc la demande par rapport à l'offre.

L'émotion éprouvée par un regardeur – potentiellement acheteur – face à un objet et l'attachement à ce dernier qui en découle ont déjà été mis en avant dans le chapitre précédent traitant du rapport entre galeristes et objets ; les recherches sur l'art africain et océanien mettent en général en avant l'importance de ce lien, le plus souvent émotionnel, entre l'objet et le collectionneur⁵⁷². Il s'agit de considérer la valeur non par rapport aux qualités ou au parcours de l'objet seul, mais par rapport à la relation dans laquelle l'objet se trouve impliqué. Il s'agit d'un critère important d'achat, bien souvent mis en avant dans les recherches sur l'objet ethnographique (Derlon et Jeudy-Ballini, 2008) et sur lequel je ne reviens par conséquent pas.

La deuxième émotion influençant le prix des objets est celle provoqué par le dispositif entourant l'achat : Michel Callon souligne l'importance de cet aspect, influençant la valeur et par conséquent d'un prix, rappelant le terme *d'affectio mercatus* qui « désigne l'ensemble des mécanismes qui poussent les agences à s'engager dans une action collective » (Callon, 2017: 258). Pour Callon, qui se base sur la notion d'ophélimité de Vilfredo Pareto⁵⁷³, ces mécanismes procèdent d'attachements et de détachements des objets aux gens et réinvitent à considérer l'importance des états affectifs dans les transactions d'objets et donc dans la fixation de leur prix et de leur valeur (Callon, 2017: 271). Cette approche est importante dans notre cas, puisqu'elle place en son centre la notion de confiance que l'acheteur doit aussi avoir pour procéder à la transaction et qui ne dépend pas

⁵⁷² Ainsi les discours fustigeant l'érudition et les théories scientifiques, empêchant à l'émotion de s'exprimer et ainsi de voir le beau contenu dans l'objet cités par Sally Price (1991: 106), Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008: 53) se sont retrouvés sur mon terrain : « Alors qu'est-ce que c'est qu'un bel objet... Et ça, c'est de la formation. [...] je connais des gens qui n'ont aucune formation artistique et qui sentent les objets, incroyable ! Ne me demandez pas comment ça marche, c'est comme ça, je ne peux pas le dire et je pense que personne ne peut le dire » (extrait d'un entretien mené avec un conservateur du Musée du quai Branly-Jacques Chirac).

⁵⁷³ Vilfredo Pareto, dans son cours d'économie politique (1896), entend *ophélimité* au sens d'utilité d'un bien telle que définie par l'agent, et donc d'utilité subjective.

seulement des connaissances, mais aussi des dispositions mentales et affectives (Callon, 2017: 275), une confiance que nous avons déjà évoquée *supra* dans les relations entre marchands et musées. Ainsi, au centre de la fixation de la valeur des objets se trouvent les relations que les hommes entretiennent entre eux, l'objet participant à valider les alliances ou les concurrences, à réconcilier ou à provoquer : les décisions d'achat et les qualités attribuées à un objet sont (in)validées par les pairs et procèdent alors de pratiques de distinction, au double sens où l'entendait Pierre Bourdieu : pour se démarquer d'un groupe et pour en intégrer un autre (Bourdieu, 1979) et ainsi naviguer, pour les marchands, dans la hiérarchie dont nous avons vu la structure *supra*⁵⁷⁴ et que nous rappelle Judith Schoffel de Fabry :

« Dans les salles des ventes, on se dit "tel objet ha tout le monde le regarde alors si tout le monde le regarde..." , et là il y a le feu qui se met en place et en fin de compte j'enchéris et on se demande qui enchérit. "Ha c'est lui, si c'est lui c'est que ça doit être bien". Et après il y a ce phénomène : quitte à acheter un objet cher, autant que tout le monde le sache ».

Ces dispositions relèvent bien sûr des personnalités et des états des acteurs au moment de l'achat, mais aussi de forces extérieures qui viennent influencer les dispositions et donc les décisions finales. Les maisons de ventes jouent, lors des enchères, très fortement sur ces états affectifs et ces stratégies de distinction, la question centrale des départements étant à la fois de « trouver le ressort, à chaque fois, sur l'objet pour faire en sorte que l'objet soit le plus désirable possible »⁵⁷⁵ et d'orchestrer le balai des différents individus et rôles qui s'y côtoient : de l'amateur entré par hasard au collectionneur passionné, en passant par le galeriste confirmé ou le conservateur de musée. Lors des enchères, le prix des objets est fixé en temps réel et la valeur est donc décidée en des laps de temps très courts où les émotions jouent un rôle très important⁵⁷⁶ et où se concentrent les stratégies de

⁵⁷⁴ Voir Chapitre 4, point Système de hiérarchisation des acteurs, p. 272.

⁵⁷⁵ Extrait d'un entretien mené avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

⁵⁷⁶ L'objectif étant même, pour Lacey (1998: 10), d'annihiler complètement toute réflexion : « La prospère maison de vente aux enchères se donne les airs d'un temple du

coopération ou de distinction de tous les acteurs. Qui est présent dans la salle ? Sur quel(s) objet(s) se portent leurs intérêts ? Où se placer pour tenir correctement son rôle ? Les observations ont montré des stratégies différentes selon les statuts : les premiers rangs, vus et observés par l'ensemble de la salle, sont généralement réservés aux grands collectionneurs et aux personnes certaines de leur légitimité. Les places assises du fonds sont plus discrètes et occupées par des galeristes confirmés, qui possèdent assez de fonds propres pour investir dans les objets seuls. Ils n'ont donc pas besoin de sortir de la salle, contrairement aux galeristes plus modestes qui préfèrent rester mobiles pour pouvoir quitter la salle au besoin. Cela est nécessaire quand il s'agit d'appeler rapidement un acheteur potentiel pour savoir s'il est intéressé à acheter la pièce mise en vente. Dans le cas contraire, le galeriste ne possèdera souvent pas suffisamment de fonds propres pour acquérir seul l'objet désiré. Les abords de la salle, finalement, sont généralement peuplés par des curieux et des marchands à la sauvette, qui viennent ajuster leur offre d'objets suivant les résultats des enchères. La stratégie d'achat n'est pas non plus la même pour tous : être visible et naviguer entre les différents espaces, à la rencontre des uns et des autres, ou éviter d'être reconnu ? Passer l'enchère au vu et au su de tous ou sortir de la salle pour enchérir par téléphone, plus discrètement ? Ces choix témoignent du rôle que les différents acteurs pensent occuper ou de la place qu'ils veulent revendiquer au sein du champ.

GOÛT DU RISQUE ET SPÉCULATION

Le balai des enchères montre à quel point le regard des autres et les forces extérieures pèsent sur les décisions et les montants des achats, fonctionnant sur une forme de goût du risque et de spéculation. L'enchère est volontiers considérée comme un moment où l'émotion est omniprésente et dont les résultats jouent sur cette présence (Bonnain Dulon, 2001). Contrecarrant l'idée que l'économie est une pratique rationnelle, les enchères procèdent d'une forme de « magie économique » telle que l'entend Bernard Lahire :

bon goût et du sens critique, mais sa fonction essentielle consiste à paralyser le jugement d'au moins deux personnes équilibrées et à les inciter à enchérir et surenchérir sur n'importe quel objet, bien au-delà du prix qu'elles paieraient dans le commerce » .

« La magie agit sur l'état des choses et des êtres humains, en changeant leur valeur, leur signification et par conséquent la manière dont ils sont considérés, les comportements que l'on se doit de développer à leur égard et même la façon dont ils doivent eux-mêmes se comporter pour correspondre à leur nouvel état. [...] elle permet de faire de ce qui était jusque-là parfois considéré comme une vulgaire "croûte" un tableau de maître » (Lahire, 2015: 81).

Pour Lahire, la magie est constituée de croyances, tout comme les processus au terme desquels la valeur d'un objet d'art est fixée. En effet, la valeur dépend de connaissances que les acteurs peuvent appliquer à l'objet et qui constituent un capital culturel. Ces connaissances sont constituées de critères définis comme importants dans le champ donné et que nous avons vus, pour le cas des objets ethnographiques, *supra*. Cependant, les enchères nous montrent que ce n'est pas ce capital culturel que l'acteur possède qui est mobilisé lors des ventes, mais le capital culturel que l'acteur pense que son concurrent dans les enchères possède. Lors des enchères, en effet, le prix final d'un objet n'est pas fixé uniquement sur ses qualités intrinsèques ou sur les critères définis *supra*, bien que communément considérés comme les critères importants. Comme dans le marché boursier, la valeur des titres est définie par la perception que les différents acteurs ont de la valeur que ces titres peuvent produire ; le « gagnant » qui remporte l'enchère n'est pas celui dont les préférences s'accordent à un canon, mais celui qui arrive mieux que la foule à deviner ce que la foule va ou veut faire. C'est l'exemple du concours de beauté proposé par l'économiste Keynes⁵⁷⁷. C'est ce processus qui se met à l'œuvre lors des enchères et qui est extrêmement important dans le champ de l'art africain et océanien où, nous l'avons vu, les critères sont récents, flexibles et peu certains. S'il n'est pas non plus question de postuler que la valeur des pièces n'est calculée sur aucun critère, il nous semble important de considérer que

⁵⁷⁷ Dans cette expérience, John Maynard Keynes (1936 [1988]) demande aux cobayes de choisir la plus belle femme parmi cent photos de femme. Le gagnant est celui qui aura choisi la photo la plus citée par la moyenne. Donc gagner ne dépend pas de ses goûts personnels, mais des goûts des autres, ou plutôt, de ceux de la majorité. Les participants vont donc choisir les images qu'ils pensent que les autres vont choisir, entamant là une boucle spéculative.

les acteurs n'ont pas seulement les yeux rivés sur ceux-ci et qu'ils s'efforcent « d'anticiper et de prendre en compte les stratégies développées par les autres agents » (Callon, 2017: 158). Ainsi, cette approche nous permet de considérer les critères décrits plus hauts comme partie d'un cadre mis en place entre les acteurs, musées et marchés, pour définir ce qui fait ou non la valeur d'un objet. Une fois ce cadre plus ou moins défini, un processus d'imitation se met en marche, car :

« Sachant que notre propre jugement est sans valeur, nous nous efforçons de nous rabattre sur le jugement du reste du monde, qui est *peut-être* mieux informé. En d'autres termes, nous tentons de nous conformer au comportement majoritaire moyen » (Dupuy; Eymar-Duvernay; Favereau[et al.], 1989: 372).

Ainsi s'opère la construction d'un appareillage qui devient la norme. Nous l'avons vu, l'émotion et l'irrationnel occupent une place non négligeable dans ce champ en voie de légitimation ; autant d'éléments qui permettent de le considérer comme un univers incertain, au sens où Sagot-Duvaurox (2004: 293) l'applique au marché de l'art contemporain et dans lequel :

« les agents sont incités à observer les actions des autres agents et à les imiter s'ils pensent que ceux-ci sont mieux informés qu'eux. Cependant, si les agents qui ont la réputation d'être bien informés ne le sont en fait pas plus que les autres, alors, le risque est grand de voir le goût particulier des agents informés se transformer en goût commun à la suite d'un processus mimétique auto-validant *in fine* leur choix initial ».

C'est à ce moment que la figure de l'expert prend tout son sens et que s'applique la hiérarchie du secteur vu dans le chapitre précédent : l'expert est une instance de légitimation, possédant la stature et le pouvoir de faire croire qu'il détient l'information ou qu'il peut la trouver, ainsi que cette information est fiable et validée. La déclaration d'authenticité ne vaut que parce qu'elle est proclamée par un expert, ce qui postule l'existence de possesseurs d'une parole d'autorité,

légitime et légitimante⁵⁷⁸ : différents types et degrés de légitimités existent, car l'expert cumule des connaissances et un statut spécifiques. Il existe donc différentes combinaisons dans le champ de l'art africain et océanien et le seul fait de posséder des connaissances ne suffit pas à devenir un expert.

Par exemple, les conservateurs de musée sont pour la plupart des généralistes, ayant pour charge des collections vastes de différentes régions et de tous types d'objets. Il est impossible que ceux-ci maîtrisent l'entier des informations et des connaissances au sujet de la totalité de leurs collections, alors que les galeristes sont parfois extrêmement documentés sur certains sujets, ce qui est reconnu par l'ensemble du champ, comme nous l'avons vu *supra*⁵⁷⁹. Cependant, le conservateur possède un statut d'expert, car la majorité des acteurs du champ pensent qu'il possède l'information mais plus tout, car il occupe une position d'autorité importante dans le champ. On parlera alors d'« un objet de la collection X acheté par le musée Z », X et Z légitimant la valeur de l'objet. L'expertise relève au final plus d'une position d'autorité dans le champ que d'une véritable capacité à analyser et à hiérarchiser les critères de valeur. Ces pratiques sont extrêmement risquées car elles comportent un haut degré d'incertitude alors que des sommes d'argent parfois conséquentes sont en jeu :

« C'est tellement subjectif ! Parce qu'à ce niveau, il y a des bulles, il y a de la spéculation. Alors on sait quand la bulle gonfle, mais savoir quand elle explose... »⁵⁸⁰.

Cette caractéristique des marchés est mise en évidence par Ulrich Beck dans son ouvrage *La société du risque*. Il y postule que les sociétés post-modernes n'échangent pas uniquement des biens, mais aussi les risques qui accompagnent ces biens (Beck, 2001 [1986]). Ces risques proviennent selon lui de la disparition des externalités économiques des biens. S'il paraît évident que l'incertitude est une caractéristique importante des marchés et particulièrement des marchés de

⁵⁷⁸ Comme l'ont relevé avant moi Bernard Lahire (2015: 286) ou François Duret-Robert (1975).

⁵⁷⁹ Point 5.1.4 Bilan : un système donnant-donnant, p. 339.

⁵⁸⁰ Extrait d'un entretien mené avec Pierre Loos à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

l'art, comme l'ont aussi relevé Nathalie Moureau ou Dominique Sagot-Duvaurox (2016), ce terrain de recherche n'a pas mis en évidence la disparition des externalités relatives aux objets échangés, bien au contraire. La présence importante du risque s'accompagne d'externalités de position et d'adoption, qui sont même selon moi un élément majeur de fixation de la valeur des objets ethnographiques.

EFFETS DE SNOBISME ET EFFETS D'IMITATION

L'externalité signifie en terme économique que la transaction du bien produit un effet à l'extérieur de cette transaction, c'est-à-dire sur des agents ou des biens non impliqués directement⁵⁸¹. Les externalités peuvent être positives et négatives et de différentes sortes ; celles qui nous intéressent ici sont *l'externalité de position* ainsi que *l'externalité d'adoption*. L'externalité de position signifie que la satisfaction ou l'utilité à posséder un certain bien consiste dans le fait que le même type d'objet n'est possédé que par un petit nombre de personnes (Frank, 1991). Aussi appelé *effet de snobisme*, cette externalité corrèle négativement le nombre de personnes possédant un bien et la satisfaction due à la possession du même bien (moins il y a de personnes possédant ce bien, plus je serais satisfait). Cette satisfaction ne découle donc pas du bien en lui-même ou de son utilité, mais de sa répartition dans la société et du statut des gens qui le possèdent⁵⁸². En symétrie parfaite de l'externalité de position et de l'effet de snobisme se trouvent l'externalité d'adoption et *l'effet d'imitation* : le fait que beaucoup de personnes possèdent le bien que je désire accroît sa valeur. Dans ce cas, le nombre de personnes possédant le bien et la satisfaction due à la possession du même bien

⁵⁸¹ « Le comportement ou l'abstention économique des uns peuvent affecter le bien-être des individus ou les objectifs des organisations (le profit pour les entreprises). On parle alors *d'externalités*, car ces effets externes bénéficient (externalités positives) ou créent un préjudice (externalités négatives) à leurs récepteurs sans qu'il n'y ait de compensation ou de prise en compte de ces effets par le marché » (Mairesse et Rochelandet, 2015: 37).

⁵⁸² Aussi appelé *effet Veblen*, du nom de Thorstein Veblen, sociologue qui analyse les comportements de consommation ostentatoire dans sa *Théorie de la classe de loisir*. Voir aussi Robert Frank (1991). L'externalité de position ou effet de snobisme ou effet Veblen dépend du statut des gens qui possèdent ce bien et est donc intimement lié à une consommation ostentatoire des biens.

sont cette fois positivement corrélés⁵⁸³. C'est ainsi que certains objets se retrouvent « à la mode ». Ces catégories d'objets ne sont pas les mêmes selon les époques, certaines modes disparaissant, comme le confirment certains acteurs :

« En fait on se rend compte que par exemple les arts kotas qui sont très classiques et très connus étaient beaucoup plus chers dans les années 70-80 qu'aujourd'hui, proportionnellement, par rapport aux autres objets. A l'époque on ne connaissait pas tout, il y a des choses qui sont sorties d'Afrique après, donc c'était un peu l'archétype de ce qu'est un objet africain... »⁵⁸⁴.

Ces deux externalités s'observent régulièrement dans le champ de l'objet ethnographique et sur le marché de l'art africain et océanien : l'imitation est en fait partie intégrante du fonctionnement de la spéculation, comme nous l'avons vu *supra*. Elle permet de garantir ses choix en se basant sur le jugement d'un autrui plus légitime. Cependant, l'imitation est limitée aux pratiques des acteurs jugés mieux informés, comme nous l'avons vu *supra*.

Plus, le marché spéculé, plus les prix augmentent et plus l'accès à ces objets devient limité, ces derniers acquérant le statut d'objets de luxe : comme le montre Bernard Lahire (2015) et comme nous l'avons vu *supra*, ces objets passent alors du statut de simples objets au statut des insignes de pouvoir et de prestige, investis d'une valeur symbolique importante et dont le prix élevé est partie intégrante de sa valeur : acquérir un objet, c'est acquérir bien plus qu'un simple objet. C'est la possibilité de négocier sa place dans le champ, d'acquérir des bribes de reconnaissance, de participer à la fabrication de figures de proue du domaine, ou de devenir une figure de proue identifiée et identifiable, c'est construire et entretenir des réseaux, des récits, de la crédibilité scientifique et du pouvoir. L'objet est chargé d'une valeur symbolique qui, comme le postulait Bourdieu, est difficilement quantifiable en termes économiques et nécessite la validation par les pairs. Produisant ainsi des externalités de position, le prix élevé des objets

⁵⁸³ « Par exemple, l'utilité d'un téléphone dépend bien sûr de sa technologie, mais surtout du nombre d'abonnés sur le réseau. Dès lors, une technologie peut triompher même si elle est techniquement inférieure à sa concurrente » (Sagot-Duvaurox, 2004: 295).

⁵⁸⁴ Extrait d'un entretien mené avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

ethnographiques les fait entrer dans la catégorie d'objet de luxe, induisant des effets de snobisme. Dans ce cas, le prix participe de la valeur des objets et n'est plus, comme nous l'avons vu *supra*, une traduction en monnaie de la valeur des biens. Un prix élevé entraîne une forme de fascination pour l'objet et justifie de lui-même l'acquisition du bien, donnant naissance à un fonctionnement en boucle : des critères définissent la valeur des objets, celle-ci est sanctionnée par un prix qui, au vu de la malléabilité des critères, augmente au fil des pratiques spéculatives et finit par constituer une partie de la valeur.

Dans tous les cas, l'effet d'imitation et l'effet de snobisme montrent que l'utilité retirée de la consommation de ces objets est liée, du moins en partie, au comportement des autres acteurs du champ face à l'objet. Les acteurs se calquent sur les informations qu'ils arrivent à déduire du comportement des autres, car ils pensent ne pas posséder suffisamment d'informations ou se trouver dans un champ au développement rapide et incertain.

L'incertitude est au cœur du champ de l'objet ethnographique : incertitude sur les dates, sur les provenances, sur les connaissances et les usages, etc. L'information se répartit de manière asymétrique dans le champ et laisse une grande place à l'émotion, aux processus d'imitation, à l'irrationnel. Cependant, cet irrationnel et ce symbolique finissent toujours par être sanctionnés par un prix : c'est que le subjectif finit par être objectivé et rationalisé.

Les paramètres extérieurs : l'exemple des restitutions

Nous avons vu jusqu'ici comment la valeur des objets ethnographiques résultait d'un processus de construction conjoint à tous les acteurs du champ. Il convient cependant aussi de souligner – bien que cela soit apparu en filigrane jusqu'ici – que ce processus est aussi soumis à l'influence de paramètres extérieurs au champ, ou du moins beaucoup plus globaux, tel que le contexte économique ou politique national ou international. Ce contexte est crucial pour comprendre les stratégies mises en place par les différents acteurs du champ, et c'est pourquoi nous nous sommes arrêtés longuement sur la situation actuelle, mais aussi sur les différentes étapes de l'historique relatif aux musées d'ethnographie et au marché de l'art, au tout début de ce travail.

Ainsi, dans le chapitre deux, nous avons vu comment dès les années soixante la législation se renforce autour de la problématique du trafic illicite ; comment les réflexions post-modernes et post-coloniales voient le jour au sein de la discipline anthropologique, suscitant des réflexions sur la conservation de certains objets par des pays qui n'en sont pas les producteurs, ou qui les ont acquis dans des circonstances illégales, ou du moins éthiquement contestables ; comment les musées d'ethnographie ont été remis en cause dans leurs pratiques, leurs présentations et leur rôle ; comment certains musées, comme le MRAC, avaient tenté la collaboration avec des musées en Afrique, voire le retour de certaines pièces⁵⁸⁵. Ce faisceau d'éléments contextuels a favorisé l'émergence de réflexions autour de la restitution des objets à leur pays d'origine, une problématique qui a pris de l'importance dans les sphères politiques et médiatiques, jusqu'au très récent discours d'Emmanuel Macron à Ougadougou.

Le terme de restitution est ici à entendre au sens de retour de objets non occidentaux dans le pays de leur production ; ce terme est en effet parfois entendu différemment dans le champ, au sens de retour dans un musée des objets qui étaient sur le marché. Par exemple, en 2016 à l'occasion du Parcours des Mondes, le galeriste Bernard Dulon a officiellement rendu au Musée du quai Branly-Jacques Chirac un objet qui avait été sorti des collections du Musée de l'Homme quelques années auparavant. Si cette précision sémantique peut sembler anecdotique, elle illustre selon moi très bien le problème majeur de l'argumentation liée à la restitution, à savoir : si retour il y a, à quelle étape de sa circulation l'objet doit-il retourner ?

Cependant, il ne s'agit pas ici de peser le pour et le contre des arguments mobilisés dans le débat sur les restitutions, ni même de considérer de façon exhaustive les aspects moraux, déontologiques ou légaux relatifs à cette problématique : plusieurs travaux ont déjà été effectués sur ces questions⁵⁸⁶, des

⁵⁸⁵ Voir *supra*, Chapitre 2, point Les musées d'ethnographie, p. 145.

⁵⁸⁶ Voir la leçon inaugurale de Bénédicte Savoy au Collège de France en 2017 (Savoy, 2017) ou l'ouvrage de Corinne Herskhovitch et Didier Rykner (2011) pour les aspects plus juridiques.

thèses sont actuellement cours de préparation⁵⁸⁷ et ce sujet – bien que touchant de très près les relations entre marchés et musées – ne constitue pas le cœur de ce travail de recherche et concerne un patrimoine beaucoup plus large que les seuls objets ethnographiques⁵⁸⁸.

J'ai par contre choisi de m'arrêter brièvement sur ce que le contexte de restitutions – et les restitutions quand elles ont réellement et effectivement lieu – font à la valeur des objets ethnographiques. Comment les acteurs tiennent-ils compte, ou non, d'un facteur extérieur au champ, lié davantage à des agendas politiques et à des questions diplomatiques ?

Il est important de noter que sur mon terrain, la question des restitutions a été peu abordée spontanément, tant par les acteurs des institutions muséales que par ceux des marchés ; c'est celle du trafic illicite ou des spoliations et pillages, par contre, qui est beaucoup plus soulevée et dénoncée, la restitution arrivant parfois comme une des solutions ou des conséquences possibles de ces pratiques. Interrogés sur la restitution, les galeristes, marchands ou maisons de ventes ne se prononcent jamais clairement, même anonymement, sur les potentielles conséquences des restitutions sur le marché et tiennent un discours politiquement correct et extrêmement nuancé : pour eux, il faut tenir compte de la diversité des cas, agir avec prudence et réflexion, sans précipitation ni généralisations, etc.

Le fait est que, réellement, la question est pour l'instant sans réponse du côté du marché de l'art et qu'il est extrêmement difficile de prédire les conséquences de potentielles restitutions à grande échelle. Certains galeristes sont frileux face à cette possibilité et ne voient pas d'un bon œil les demandes de restitutions déposées par certains pays :

⁵⁸⁷ Par exemple, la thèse en préparation de Valentin Pinel à l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne intitulée *Restitutions in Private International Law through Art Restitution, Study in Civil Law & Common Law* ou celle d'Aurore Bouffel à l'Université d'Amiens *Les restitutions, comparaison franco anglaise*.

⁵⁸⁸ J'aborde par contre quelques pistes de développement en lien avec mon sujet de recherche dans la conclusion de ce travail, notamment les arguments moraux mobilisés par les différents acteurs et qui influencent les rapports entre musées et marchés.

« Le galeriste Serge Schoffel montre cette année l'un des plus beaux masques Igbo Mwo du Nigeria. Face à la démarche du Bénin, le réputé marchand des arts premiers reste sceptique : “Cela va rendre le métier de plus en plus difficile. Je pense que c’est une mauvaise idée. Sans notre générosité et notre passion, la grande majorité des œuvres d’art que nous défendons aujourd’hui aurait disparu” »⁵⁸⁹.

Les restitutions peuvent être perçues comme dangereuses pour le marché, car elles nient la volonté et la possibilité de tous les acteurs de documenter et conserver ces objets ; elles soulèveraient des questions éthiques et des réflexions qui peuvent potentiellement amener à une raréfaction des objets en Occident, un scénario craint par les galeristes qui avouent déjà leurs problèmes à trouver des pièces à vendre⁵⁹⁰ ; elles déplaceraient potentiellement l’intérêt pour ces objets en Afrique ou dans leur pays d’origine, favorisant un désintérêt de la part des collectionneurs européens pour ces objets ; elles videraient les collections des musées ethnographiques, privant les galeristes de la légitimité institutionnelle qui permet de fixer ou d’augmenter le prix d’un objet ; elles ouvriraient potentiellement la porte à une législation qui pronerait des retours non seulement institutionnels, mais aussi individuels, mettant en péril les collections privées ; etc.

D’autres acteurs voient cependant ces restitutions d’un bon œil, voire même avec une certaine indifférence, comme le directeur du département d’art africain et océanien de Christie’s en 2016 : « Je suis très content de cette annonce. Cela veut dire qu’il y a un intérêt au Bénin pour leur patrimoine. C’est un bon signe »⁵⁹¹.

Le fait est que les restitutions concernent davantage les musées et les institutions publiques (de recherche, d’enseignement, de culture). Ainsi, seuls les objets des collections publiques sont rendus, ce qui n’affecte en tout cas pas le marché dans son offre, puisqu’il s’agit d’objets déjà situés hors du marché et inaliénables. En outre, pour certains acteurs, les restitutions et surtout les débats politiques et médiatiques à leur sujet visibilisent les objets ethnographiques et la valeur

⁵⁸⁹ Le galeriste Serge Schoffel lors d’une interview de RFI le 10 septembre 2016.

⁵⁹⁰ Voir *supra*, Chapitre 4, point Le marché moyen et le discours de la crise, p. 259.

⁵⁹¹ Bruno Classens dans une interview donnée à RFI le 10 septembre 2016 à l’occasion de l’initiative du Bénin d’exiger le retour de certains objets.

patrimoniale de ces objets, favorisant leur intérêt auprès de certains collectionneurs ; elles témoignent de l'intérêt des pays émergents pour leur patrimoine et donc d'une ouverture souhaitée par le marché en direction de ces pays⁵⁹² ; elles affaibliraient les collections publiques et ce faisant donneraient davantage de pouvoir aux collections privées qui pourraient être sollicitées pour compléter des expositions, des publications, favoriser des recherches, etc.

Si les restitutions représentent indubitablement un enjeu important du champ, il est par conséquent encore difficile aujourd'hui pour les acteurs de se prononcer sur les conséquences financières ou patrimoniales des décisions qui pourront être prises à ce sujet. Elles sont en tout cas un cas illustratif des éléments extérieurs au champ qui peuvent peser sur les stratégies de chacun, et ce de façon très différente. Elles nous montrent ainsi comment les décisions politiques nationales ou internationales sous-tendent la construction de la valeur des objets ethnographiques – un point déjà aperçu en filigrane de tout ce travail⁵⁹³.

5.3 JUSTIFIER ET RATIONALISER

Malgré le caractère apparemment subjectif de la constitution de la valeur et la place importante faite à l'irrationnel, à l'émotion et aux pratiques spéculatives, les critères que nous avons définis *supra* sont toujours mobilisés par les acteurs pour valider la valeur d'un objet et sont considérés comme des qualités intrinsèques des objets, non modifiables, substituables ou contestables. C'est que le subjectif doit être objectivé pour que la transaction des objets puisse avoir lieu : sans stabilisation, le consensus sur le prix et la valeur des objets est difficile à trouver et donc l'échange ne peut se faire dans de bonnes conditions. Ainsi, les acteurs développent et mobilisent des stratégies de rationalisation, de réduction, voire de déni complet de la part subjective et irrationnelle de la valeur des objets.

⁵⁹² Voir *supra*, Chapitre 4, point En route vers d'autres horizons, p. 279.

⁵⁹³ Voir *supra*, dans le Chapitre 3, les considérations politiques qui ont présidé à la fondation du Musée du quai Branly-Jacques Chirac ainsi qu'au transfert des collections du Musée de l'Homme au MQB (p. 170) ; au Chapitre 4, les considérations politiques qui guident l'ouverture d'un prochain marché en Afrique (p. 279) ; et voir aussi *infra* dans la suite de ce travail, au Chapitre 6, les enjeux politiques à la genèse des expositions des musées d'ethnographie (p. 425).

Ces stratégies permettent de définir les méthodes d'évaluation comme des états de fait, alors qu'elles relèvent de construction et de processus dynamiques, car comme l'explique un galeriste :

« Aujourd'hui, il n'y a plus rien à trouver, qui soit authentique, de belle qualité, par contre c'est l'heure de redéfinir qui est quoi et qu'est-ce qui est bien »⁵⁹⁴.

La liste de ces stratégies, de façon générale, est maintenant assez bien connue, comme le résume Callon (2017: 157) :

« Elle inclut ce qui permet d'extraire et de produire des informations, de les collecter, de les traiter, de les combiner, de les synthétiser et de les refaire circuler. A côté des labels, marques, standards et autres appellations contrôlées dont il vient d'être question, on trouve, entre autres dispositifs, les manuels, guides, magazines spécialisés, catalogues, foires, salons professionnels, démonstrations publiques ou privées, bref tout ce qui permet d'en savoir plus sur les biens et d'avancer dans l'explication de leurs qualités. Il faut ajouter à ces dispositifs traditionnels, les différents outils informatiques (bases de données, algorithmes mathématiques) ».

Le terrain mené pour cette recherche a mis en évidence ces stratégies comme mobiliser l'histoire du champ et le canon constitué par les prédécesseurs. J'ai choisi de m'arrêter ici sur un exemple de ces stratégies peu traité dans la littérature concernant les objets ethnographiques : mobiliser d'autres champs artistiques pour justifier des pratiques et des fonctionnements en cours.

5.3.1 Un exemple de stratégie : se calquer sur d'autres marchés

L'historique a déjà montré à quel point le parallèle avec d'autres champs artistiques a été déterminant : l'art oriental et les antiquités pour la formation du marché, l'art moderne pour sa reconnaissance, etc. Aujourd'hui, le parallèle avec d'autres champs artistiques est fréquent, que ce soit pour emprunter des

⁵⁹⁴ Extrait d'un entretien mené avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

arguments aux discours déjà existants ou pour adopter les mêmes structures de fonctionnement. Ces parallèles relèvent d'une stratégie de légitimation et de justification dont nous allons voir les détails et les spécificités : si c'est le parallèle avec l'art moderne qui semble le plus évident et qui est régulièrement tiré pour justifier des qualités formelles ou des pedigrees d'un objet, il est intéressant de noter qu'un parallèle est de plus en plus souvent effectué avec le champ de l'art contemporain, mobilisé davantage pour légitimer les fonctionnements du champ.

L'art contemporain : légitimer le fonctionnement du champ par la nature des œuvres

Artistes, œuvres, manières de vendre, d'exposer, de conserver ou d'appréhender les objets, différents parallèles entre art contemporain et art africain et océanien sont effectués dans les discours et les pratiques des acteurs. Ainsi, le paradigme contemporain⁵⁹⁵ est autant cité comme modèle pour son fonctionnement (notamment à cause de la place forte qu'il s'est créée sur le marché) qu'utilisé pour mettre en évidence des affinités entre objets ethnographiques et œuvres contemporaines. Les acteurs comparent en effet souvent les caractéristiques des objets ethnographiques avec les œuvres d'art contemporain. Les objets de ces deux champs artistiques ont essuyé la même critique : ne pas être de l'art⁵⁹⁶. L'art contemporain et l'art africain et océanien ont pour point commun de bouleverser certains codes de l'ordre artistique précédemment établi, de par la nature et les caractéristiques mêmes des objets : effacement du plan pictural, disparition des critères de beauté, proximité avec des matériaux diversifiés, souvent organiques (cheveux, excréments, sang, etc.), problèmes de conservation, d'exposition, de restauration ou limites juridiques nébuleuses. Le champ de l'art contemporain est, comme celui de l'art africain et océanien, pétri d'incertitudes : les problèmes liés à la définition des critères de valeur et l'importance de l'émotionnel et de l'irrationnel sont des points qui se retrouvent dans les deux champs.

⁵⁹⁵ Au sens où le définit et le défend Nathalie Heinich dans *Le paradigme de l'art contemporain* (2014a).

⁵⁹⁶ Monique Jeudy-Ballini et Brigitte Derlon (2008) rappellent l'histoire de cette réception : la critique des spécialistes postmodernes, les débats autour d'une approche contextualisée, le marchand vu comme un prédateur, etc. Pour l'art contemporain, voir Nathalie Heinich, (2014a: 26-27).

Dans un second temps, ces caractéristiques justifient pour les acteurs les parallèles de structuration du champ : la hiérarchie, avec des galeries meneuses et la forte présence des maisons de ventes, la place de la spéculation, les rapports avec le luxe, l'essor de l'événementiel sont autant d'éléments présents dans les deux champs. Ces parallèles de fonctionnement ne sont pas anodins et ne sont pas seulement le fruit de certains points communs dans les caractéristiques des œuvres : ils procèdent aussi d'un effet d'imitation volontaire du marché de l'art contemporain par les acteurs du marché de l'art africain et océanien.

L'art contemporain est premièrement un champ bien connu des acteurs du marché de l'art africain et océanien : il jouit d'une notoriété certaine dans les milieux artistiques, de par les controverses qu'il suscite et les prix importants qu'il atteint. Deuxièmement, de nombreux acteurs du marché de l'art africain et océanien se retrouvent dans le champ de l'art contemporain : les galeristes, qui jouent parfois sur plusieurs tableaux, les collaborateurs divers qui aident sur les foires, les salons, en galeries, dans les montages d'expositions ou l'édition des catalogues, mais aussi et surtout les collectionneurs. Ces derniers sont nombreux à être aussi collectionneurs d'art contemporain et à fréquenter plusieurs sphères artistiques⁵⁹⁷ :

« Des acheteurs d'art contemporain, j'en ai plein, je les rencontre grâce aux salons et ils sont de toutes nationalités et ils se disent "pourquoi pas" et ils mettent un premier pied dedans... »⁵⁹⁸.

Les acteurs du marché ont bien compris l'intérêt d'attirer ce genre de collectionneurs généralement pourvus de très grands moyens et établissent donc de nombreux parallèles de type artistique avec l'art contemporain, en mettant en avant les liens historiques entre les champs de l'art, les influences artistiques réciproques, etc. :

⁵⁹⁷ Comme nous l'avons vu dans la cartographie des marchés esquissée au Chapitre 4, point Une modification des collectionneurs, p. 262.

⁵⁹⁸ Extrait d'un entretien mené avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

« Les arts premiers sont clairement une clé de compréhension de l'art contemporain, car ils explosent les deux notre vision du monde. C'est ce qui s'est passé avec les découvreurs de l'art premier, leur vision a explosé »⁵⁹⁹.

« Il y a un créneau - qui a été découvert par les salles de ventes - qui est de conseiller à des clients qui achètent de la peinture, de la sculpture contemporaine, de leur dire qu'elle se marie - et c'est vrai - extrêmement bien avec les arts premiers, puisqu'ils ont des racines communes »⁶⁰⁰.

« Sotheby's, a compris il y a quelques années l'intérêt que pouvaient avoir des collectionneurs d'art moderne ou d'art contemporain pour l'art tribal et l'art africain, car il y a des vraies corrélations entre les deux domaines »⁶⁰¹.

Cette mise en avant du lien passe par des expositions mêlant art africain et océanien et art contemporain par exemple, qui ont fleuri ces dernières années, tant dans les galeries que dans les musées d'ethnographie : ainsi l'exposition *Gastpiel* au Musée Rietberg de Zurich⁶⁰², les œuvres de Joseph Henrion exposé par Serge Schoffel lors de la Brafa 2015⁶⁰³.

Outre les parallèles artistiques, les acteurs se calquent aussi sur le même fonctionnement que le marché de l'art contemporain en développant des outils similaires. Ainsi, les bases de données des résultats de ventes aux enchères ont commencé à voir le jour dans le champ de l'art africain et océanien récemment, sur le modèle de ce qui se fait dans le champ de l'art contemporain, extrêmement dynamique et efficace :

⁵⁹⁹ Extrait d'un entretien mené avec Helena Heukeshoven à Paris, le 15 juillet 2014.

⁶⁰⁰ Extrait d'un entretien mené avec Pierre Loos à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

⁶⁰¹ Extrait d'un entretien mené avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

⁶⁰² Exposition *Gastpiel : Schweizer Gegenwartskunst*, Musée Rietberg de Zurich, du 12 juillet au 9 novembre 2014.

⁶⁰³ Voir l'annexe 5.3 : expositions de l'échantillon de recherche intégrant de l'art contemporain.

« J'ai senti qu'il y avait un besoin ou qu'il allait naître très rapidement, car il était déjà là pour l'art contemporain où il y a tellement d'informations qu'on ne peut pas suivre. Il faut des bases de données pour suivre le marché »⁶⁰⁴.

L'essor de l'événementiel, dont nous avons vu l'importance au chapitre précédent, procède aussi de cette tendance à se calquer sur les fonctionnements d'autres champs artistiques, de même que l'exploitation de l'effet de snobisme ainsi que de la course aux records que mènent les maisons de ventes aux enchères. Pénétrant le monde des affaires et du luxe, les objets ethnographiques sont aujourd'hui utilisés comme image de marque, de pouvoir et de richesse, comme une certaine partie des œuvres d'art contemporain.

Il existe certes des points communs entre ces deux champs, notamment dans les caractéristiques des œuvres, mais il est important de voir que ces points communs sont largement repris, étendus et exploités dans les discours et les pratiques d'acteurs pour justifier de certains fonctionnements du champ. L'art contemporain offre ainsi les prises à la rationalisation de ces pratiques, malgré un nombre important de divergences, jamais ou peu soulignées. Ainsi, le rapport à l'artiste créateur est appréhendé complètement différemment entre les deux champs, l'art contemporain étant loin d'annihiler complètement la figure de l'artiste ; si les deux champs transgressent un certain nombre de règles propres aux mondes de l'art, les acteurs du champ de l'art africain et océanien ne cherchent pas à jouer avec les limites de l'art mais, au contraire, à démontrer que les œuvres qui les intéressent s'inscrivent dans le champ de l'art ; la suppression totale de l'objet, qui a souvent lieu dans le champ de l'art contemporain (Heinich, 2014a: 89-113) est inenvisageable dans le champ des objets ethnographiques où le toucher – et donc l'aspect tangible des objets – est un aspect fondamental des œuvres.

L'art moderne : légitimer les qualités intrinsèques des objets

Les acteurs mobilisent alors un autre champ pour calquer leur vocabulaire et leurs pratiques de mises en valeur des qualités formelles des objets : l'art moderne. Ce dernier sert régulièrement de système de compréhension et de justification des

⁶⁰⁴ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Cuénot à Paris, le 31 octobre 2016.

critères de valeur des objets ethnographiques : Estelle Fossey (2011: 210) a montré dans son enquête sur le goût des collectionneurs que les prix des objets de la vente Vérité en 2006 révélaient un engouement beaucoup plus fort pour les pièces liées à une esthétique moderniste et surréaliste. Nous avons vu dans l'historique la place importante de l'art moderne dans la reconnaissance des objets ethnographiques sur le marché – mais aussi dans les institutions aussi selon les acteurs du marché⁶⁰⁵. Ce parallèle est perpétuellement entretenu au sein des discours argumentatifs : les expositions mettent régulièrement en parallèle des objets ethnographiques et des œuvres modernes⁶⁰⁶, perpétuant ainsi le système de pensée de l'histoire des arts africains et océaniens.

Cependant, si des parallèles formels existent entre ces œuvres, il en existe aussi d'autres avec d'autres champs artistiques⁶⁰⁷, comme l'art gréco-romain. La mobilisation de l'art moderne relève donc d'un procédé argumentatif permettant de fournir les prises à la rationalisation des critères de valeur des objets ethnographiques. Elle contribue aussi à perpétuer une vision fantasmée et idéalisée de l'histoire du champ. Dans les deux cas, art moderne et art contemporain permettent de fournir des outils de justification de l'échelle de valeur et de rationalisation des discours et des pratiques dans et sur le champ. S'il existe des liens et des points communs (histoire, forme, nature des œuvres, etc.), ces derniers sont largement repris et exploités pour fournir des schémas de comportement à adopter ou des justifications des prix proposés. L'art contemporain procure les exemples de traitement (conservation, restauration, exposition), de discours applicables aux objets « qui nous semblent étranges ou étrangers »⁶⁰⁸ et une manière de faire fonctionner le marché (développement de l'événementiel, par exemple). L'art moderne permet d'entretenir et de justifier des

⁶⁰⁵ Voir *supra*, Chapitre 2, point L'art moderne, terreau de la reconnaissance ?, p. 131.

⁶⁰⁶ Voir l'annexe 5.3 : expositions de l'échantillon de recherche avec ou en parallèle d'art moderne.

⁶⁰⁷ Voir *supra*, Chapitre 2, point 2.4.1 La construction d'un récit mythique, p. 162 et point 2.4.2 Les liens avec les autres formes artistiques, p.164.

⁶⁰⁸ Damian Christinger définit ainsi le rapport entre objets d'art contemporain et objets ethnographiques dans le cadre de l'exposition *Gastspiel* du Musée Rietberg de Zurich. Propos recueillis par Michel Masserey pour l'émission *Vertigo* sur l'art contemporain (RTS, 6 octobre 2014).

critères de valeur (*pedigree*, ancienneté, critères formels jugés comme beaux), de perpétuer une vision fantasmée de ces objets et de leur histoire.

Choisir l'art moderne et l'art contemporain comme points de repère ou comme modèles relève donc d'une décision, prise par certains acteurs du champ et reconnus par l'ensemble des autres. Ces ensembles de décisions forment un cadre de pratiques et de représentations jugées comme acceptables dans le champ et sont assimilables aux outils observés par Ulrich Beck dans les processus de sécurisation des échanges des sociétés à risques : la fixation d'un cadre commun, majoritairement géré grâce à la narration et à l'argumentation et qui définit un horizon normatif de la proportion acceptable d'irrationnel et de subjectif dans la transaction (Beck, 2001 [1986]: 51). Ce cadre est obtenu au terme d'un consensus de la majorité des acteurs et permet de fixer la valeur autour d'un socle de connaissances communes dont l'importance est majoritairement partagée. Il s'agit de rendre le prix plausible, crédible et légitime. Dans un numéro de la *Revue économique* consacré aux « Conventions and Common knowledge », Jean-Pierre Dupuy détaille ce cadre :

« [il] est envisagé, non comme le résultat d'un contrat primitif ainsi que le supposent les théories contractualistes, mais plutôt comme une théorie, un paradigme (Orléan), un sens commun (Dupuy), un modèle cognitif (Favereau), un système de connaissance (Salais), des représentations, une structure d'information, etc., qui construisent les informations jugées pertinentes et utiles pour l'action et déterminent la nature des objets qui peuvent servir de ressources (Eymard-Duvernay, Thévenot) » (Dupuy; Eymard-Duvernay; Favereau[et al.], 1989: 142).

Ce cadre est donc une convention économique et sociale, telle que la définit Sagot-Duvaurox (2004: 285) : « la production endogène d'une croyance partagée par tous », qui a pour caractéristique d'apparaître dans des contextes d'incertitude très importante, où se développent des comportements mimétiques qui ont pour objectif de donner du sens aux pratiques. Pour Sagot-Duvaurox, ces conventions sont extrêmement importantes dans les mondes de l'art et elles sont dynamiques :

elles ne sont en effet pas les mêmes selon les époques et les contextes. On peut même affirmer qu'elles ne sont pas les mêmes suivant les champs de l'art, puisque Dominique Sagot-Duvaurox (2004: 296) et Nathalie Heinich (2014a) définissent la convention ayant cours dans le champ de l'art contemporain comme une convention d'originalité alors que, comme nous l'avons vu, ce critère n'est pas le plus important dans le champ de l'objet ethnographique, par exemple.

Pour que ces conventions existent et perdurent, elles doivent être fixées par des instances légitimantes qui possèdent une parole d'autorité dans le champ. Comme dans les autres champs de l'art (Lahire, 2015), l'enjeu principal de la construction et de la fixation de la valeur consiste pour les acteurs à s'approprier cette position dominante et à développer certaines stratégies de domination du champ. Les observations, entretiens et productions écrites produites lors de l'enquête de terrain montrent que, de façon transversale, ces stratégies relèvent majoritairement de procédés rhétoriques et argumentatifs articulés en discours dont l'objectif est la maîtrise de l'information et des connaissances circulant dans le champ.

5.3.2 Maîtriser la narration et l'information : musées et marchés face à face

Nous avons vu que l'information n'était pas répartie de façon symétrique dans le champ et que deux éléments dominaient dans ce système : une incertitude sur les stratégies de chacun (*opacité*) et une incertitude sur les informations (*méconnaissance*). Les biens du champ de l'objet ethnographique étant majoritairement constitués de ce que la littérature économique qualifie de caractéristiques de confiance et d'expérience⁶⁰⁹, les acteurs impliqués dans la transaction font face à d'importants problèmes d'informations. L'information peut être inconnue de l'acheteur, du vendeur ou des deux parties, mais différents niveaux d'informations peuvent aussi être connus ou non par les différents acteurs et leurs réseaux. L'information et la connaissance de cette information permettent

⁶⁰⁹ La littérature économique (Darby et Karni, 1973, Nelson, 1970) différencie généralement les biens de recherche (qui possèdent des qualités appréciables avant l'achat), les biens d'expérience (qui possèdent des qualités appréciables après sa consommation) et les biens de confiance dont les caractéristiques ne peuvent être appréciées directement par le consommateur, qui doit s'en remettre à des tiers (experts qui attestent de l'authenticité, etc.). Voir aussi François Mairesse Fabrice Rochelandet (2015) au sujet de la définition d'un bien culturel.

de produire les rationalisations des critères de valeur, de les justifier, de les supprimer ou de les créer. Répartir l'information, définir quelles sont les informations importantes et qui peut ou doit les avoir, justifier des informations pertinentes et intéressantes est au cœur du champ et permet de rationaliser et de justifier les pratiques et les statuts de chacun ainsi que de structurer les relations au sein du champ : lorsque les incertitudes sont élevées, le champ a besoin d'un signal de qualité émis par des instances de légitimations reconnues. Celles-ci diffusent des connaissances et des informations qui permettent de diminuer le taux d'incertitude : c'est souvent le rôle de l'histoire de l'art, qui fonctionne pour les marchés de l'art moderne, classé ou contemporain comme une police d'assurance.

Sur ce terrain, les connaissances importantes se sont révélées être de deux types : les connaissances sur les objets et les connaissances sur la structure du champ.

« On est dans une strate autre de la connaissance, c'est la connaissance du marché, de toutes les pièces qui sont passées sur le marché. Ca demande de connaître, car ça dit quelque chose sur les objets : ceux qui apparaissent, qui disparaissent, où est-ce qu'un tel obtient ses pièces, etc. »⁶¹⁰.

Cette importance accordée à l'information rejoint les thèses de certains économistes pour lesquels nous sommes entrés, depuis la fin du 19^e siècle, dans une économie du savoir où l'importance n'est plus accordée aux échanges d'objets, mais aux échanges d'informations et où le capital ne se mesure plus en argent, mais en informations⁶¹¹. Qui détient l'information et la connaissance peut prétendre à un statut légitime et a une parole d'autorité ; maîtriser l'information est donc un enjeu fondamental du champ, mais les moyens d'y parvenir dépendent aussi du rôle et de la place de chacun dans le champ.

⁶¹⁰ Extrait d'un entretien mené avec un conservateur du Musée du quai Branly-Jacques Chirac en 2014.

⁶¹¹ Aussi dénommée économie de la connaissance, économie de l'immatériel ou capitalisme cognitif, voir pour les premières hypothèses de cette forme d'économie Fritz Machlup (1962), *Production and distribution of knowledge in United States* et le rapport de Simon Nora et Alain Minc sur l'informatisation de la société (1978) ; pour un développement récent, voir Yann Moulier-Boutang (2007), *Le capitalisme cognitif*.

Les informations sur les objets et les informations concernant les critères de valeur, plus précisément, se répartissent inégalement entre marchés et musées. Dans les autres champs de l'art – art contemporain exclu – c'est généralement la sphère institutionnelle et académique qui possède la parole d'autorité sur les objets, comme le rappellent Boltanski et Esquerre (2014: 48-49) :

« Les musées ont pu exercer une action sur la détermination des différences appelées à devenir, avec le temps, conventionnellement pertinentes, et par là même sur les contours de la collection idéale que de nouveaux collectionneurs devront adopter comme principe régulateur ».

De même que pour Bernard Lahire qui, dans l'affaire du tableau de Poussin (2015), rappelle que l'institution muséale est le principal dispositif de légitimation et de décision des objets considérés comme relevant de la sphère artistique ou non.

Dans le champ de l'objet ethnographique l'institution muséale revêt une partie de cette importance : elle permet de dater les objets, tout d'abord, en confirmant que les objets ont été collectés avant une certaine date et sur le terrain :

« Quand un objet est dans un musée, pour beaucoup de gens, ça le valide car ça signifie qu'il a été collectionné *in situ*, donc c'est l'assurance d'avoir un objet authentique et ancien »⁶¹².

De même que le musée valide certains artistes classiques, modernes ou contemporains, les collections du musée d'ethnographie valident certains styles, certaines « mains » comme le montre cet argument utilisé par un marchand auprès d'un collectionneur lors d'une de mes observations : « Va voir ceux de Branly, cet objet c'est la même main que ceux qu'ils ont ! »⁶¹³. Les expositions organisées par

⁶¹² Extrait d'un entretien mené avec un galeriste à Bruxelles en 2015.

⁶¹³ Extrait d'un entretien mené avec Anthony Meyer à Paris, le 10 septembre 2014. On peut aussi observer très clairement ce phénomène dans les publications des marchands, par exemple le Journal de Claes, édité par le galeriste bruxellois Didier Claes à l'occasion de certaines foires, présente les objets à vendre mis en parallèle avec leurs équivalents des collections muséales (« Journal de Claes », Supplément gratuit distribué avec *Art Auction*,

les musées jouent aussi un rôle important : dans la démocratisation du goût et de l'envie de collectionner ces objets, tout d'abord : « Il y a plein de gens qui se mettent à acheter de l'art africain, pas parce qu'ils ont vu une vente Sotheby's, mais parce qu'ils ont vu une expo et qu'ils se disent "tiens je trouve ça sublime !" »⁶¹⁴ ; « le quai Branly-Jacques Chirac, ça a démocratisé la chose »⁶¹⁵ ; « quand il y a eu l'exposition Côte d'Ivoire, j'ai eu des gens qui se sont dit "tiens, j'aimerais bien avoir cet objet-là, j'ai trouvé ça beau" »⁶¹⁶ ; etc.

Par effet de ricochet, les expositions font alors aussi augmenter la valeur des objets présentés, même s'ils n'appartiennent pas à l'institution, l'ensemble des acteurs s'accordant à penser que si un objet a été présenté dans une exposition, sa valeur a augmenté : « les grandes expositions servent de référence et aident à asseoir la valeur monétaire »⁶¹⁷ ; « je ne vous cache pas qu'il y a des sujets qu'on n'a pas traité [en exposition] parce que trois ans à l'avance, des gens ont su et ont demandé à ce que ces types d'objets soient collectés ou fabriqués »⁶¹⁸ ; « l'exposition est une forme de reconnaissance, et du coup d'une manière générale tout prend de la valeur » ; « l'exposition donne une plus-value d'au moins dix pour cent »⁶¹⁹.

Cependant, l'influence du musée se retrouve rapidement limitée : sa légitimité à consacrer certains objets est démontée par l'histoire des collectes et de la constitution des collections, bien connue et transmise dans le milieu : le caractère aléatoire et orienté des collectes⁶²⁰ est généralement brandi pour contrecarrer la position de l'institution muséale et son influence s'en voit diminuée :

septembre 2013). Cependant, l'attribution de « mains » à certaines séries d'objets relève de l'entreprise encore très hasardeuse aujourd'hui.

⁶¹⁴ Extrait d'un entretien mené avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

⁶¹⁵ Extrait d'un entretien mené avec un galeriste à Bruxelles en 2015.

⁶¹⁶ Extrait d'un entretien mené avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

⁶¹⁷ Extrait d'un entretien mené avec une assistante de galerie en 2014.

⁶¹⁸ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

⁶¹⁹ Cette citation et la précédente sont extraites d'un entretien mené avec Emmanuel Kasarhérou à Paris, le 10 septembre 2015.

⁶²⁰ Voir Serge Reubi (2010: 92), Vicent Debaene (2006: 25) et Pierre Amrouche (1987-1988).

« Vous voyez le quai Branly c'est, je sais pas, un million de visiteurs, il n'y en a pas 0,1% qui collectionne, donc je ne pense pas que ça ait une influence du tout. D'ailleurs c'est un peu un mystère pour moi, sachant qui va au quai Branly-Jacques Chirac, les expos qui marchent, qui marchent moins bien »⁶²¹.

Les musées d'ethnographie souffrent d'une crédibilité vacillante dans le champ : celles-ci ne se seraient intéressées, selon le récit historique que nous avons développé et analysé *supra*⁶²², que très récemment aux objets eux-mêmes, puisque très vite l'ethnologie s'est éloignée d'une analyse focalisée uniquement sur les qualités intrinsèques des objets, délégitimant les scientifiques du domaine. La place de la parole d'autorité s'est donc trouvée vacante et est revendiquée aujourd'hui par un grand nombre d'acteurs : il est largement répandu de citer le marché comme l'acteur de la reconnaissance, et donc comme un connaisseur historiquement plus ancien des pièces, détenant une parole plus crédible que les institutions. En outre, les marchés possèdent les informations relatives à la structure du champ : les maisons de ventes détiennent les registres de ventes, les marchands la connaissance de leurs collectionneurs. Le marché se positionne alors dans certains cas comme l'autorité normative dont les prix sont le reflet de la valeur exacte d'un objet⁶²³.

Cependant, si le marché possède des avantages historiques, reste que c'est une institution muséale qui a légitimé et officialisé la reconnaissance de ces arts dans le discours des acteurs du champ. Le poids de l'institution muséale semble encore fort, mais ce discours d'autorité ne s'est fait qu'au prix d'une éviction – en tout cas à l'image – du discours scientifique et de l'ethnologie, puisque l'institution ne compte qu'une minorité d'ethnologues et a été régulièrement accusée de privilégier l'esthétique au détriment d'une réflexion approfondie sur les objets et les cultures :

⁶²¹ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Cuénot à Paris, le 31 octobre 2016.

⁶²² Voir Chapitre 2, point 2.4.1 La construction d'un récit mythique, p. 162.

⁶²³ Un argument souvent mobilisé par les marchands et les maisons de ventes pour qui le prix révèle la qualité véritable d'un objet.

« Ce ne sont pas les bons et les méchants, c'est plus compliqué que ça. Quand vous voyez le niveau de connaissance de ces marchands, ils sont autant experts que nous »⁶²⁴.

Chacun travaille alors à s'appropriier la parole qui permet de légitimer et de rationaliser les critères de valeur qui font foi dans le champ et à se positionner comme un meneur d'opinion capable d'influencer les pratiques spéculatives. Cette lutte en cours pour un statut légitime mobilise plusieurs stratégies centrées sur la maîtrise de la connaissance : se focaliser et mettre en avant la recherche produite, et développer les outils de visibilité de ces recherches (les expositions et les catalogues)

Le développement de la recherche et la mise en visibilité de cette dernière semblent être le cœur de la stratégie de l'ensemble des acteurs du champ pour s'approprier une position dominante. Du côté des institutions muséales, cette focale s'observe dans les discours – mettant régulièrement en avant cette mission du musée qui doit se développer dans tous ses domaines (collections, expositions, etc.) – mais aussi dans des partenariats de plus en plus fréquents entre des laboratoires ou des centres de recherche, voire la mise en exergue de l'existence de départements ou de centres de recherche internes au musée. Si ce retour récent des liens avec la recherche n'est pas spécifique aux musées d'ethnographie et procède d'une réflexion générale de l'institution muséale récemment amorcée dans le champ, il est cependant intéressant de noter que, sur ce terrain en particulier, cette stratégie sert aussi des intérêts de légitimation importants qui s'observent aussi du côté du marché : les marchands mettent continuellement en avant une – plus ou moins grande – recherche sur les objets : « il y a du travail derrière »⁶²⁵ ; « il y a des recherches à faire, on retrouve des objets... »⁶²⁶ ; « ça demande du temps, on travaille avec les archives du musée, on ne fait pas qu'acheter ou vendre, on fait des dossiers complets »⁶²⁷ ; « un catalogue, une

⁶²⁴ Extrait d'un entretien mené avec Nicolas Cauwe à Bruxelles, le 21 avril 2015.

⁶²⁵ Extrait d'un entretien mené à Bruxelles avec Patrick Mestdagh, le 12 juin 2015.

⁶²⁶ Extrait d'un entretien mené à Paris avec Judith Schoffel de Fabry, le 17 juillet 2014.

⁶²⁷ Extrait d'un entretien mené à Paris avec Lucas Ratton, le 24 novembre 2015.

recherche, fait par moi, c'est comme ça que je travaille : recherche dans les livres, sur internet, etc. »⁶²⁸.

Au-delà de la caricature du marchand simplement intéressé par l'esthétique, la forme ou certains critères intrinsèques des objets, les marchands tendent aussi à compenser leur non institutionnalisation en soulignant leurs connaissances : « Je crois que la base de tout c'est la connaissance. J'avais juste comme bagage l'envie de connaître. C'est ça qui m'a permis d'avancer. La connaissance c'est la seule base »⁶²⁹ ; « Mais la base c'est ça, c'est la connaissance »⁶³⁰. « Avoir des objets, les présenter de manière esthétique c'est une chose, mais la recherche c'est important »⁶³¹.

Ainsi, outre les caractéristiques que nous avons vues *supra* et qui permettent de définir un bon marchand (filiation, formation, appartenance à des groupes d'experts, etc.), les marchands d'art africain et océanien se sont massivement impliqués depuis une demi dizaine d'années dans la production de savoirs : catalogues, conférences, expositions, etc. Elena Martinez-Jacquet du *Parcours des Mondes* de Paris a proposé d'instaurer un cycle de conférences depuis 2015 et la majorité des salons et foires d'art proposent ce type d'événements qui, si comme nous l'avons vu *supra* participent des enjeux d'une événementialisation croissante, investissent aussi les marchands d'un rôle de producteurs de savoirs. L'outil majeur de cette production reste le catalogue : comme le rappelle Kryzstof Pomian (1987: 54), l'apparition de celui-ci dans le système des ventes publiques est un moment extrêmement important. Les catalogues, mais aussi les publications plus généralistes, se sont beaucoup multipliés, chaque marchand mettant régulièrement en avant l'intérêt de cet outil : « ça augmente la notoriété et la reconnaissance » ; « j'adore cet exercice du catalogue où objet par objet on essaye de faire passer le plus de choses possible tout en étant le plus succinct

⁶²⁸ Extrait d'un entretien mené à Bruxelles avec Serge Schoffel, le 14 juillet 2014.

⁶²⁹ Extrait d'un entretien mené avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

⁶³⁰ *Idem*.

⁶³¹ Extrait d'un entretien mené avec un galeriste à Paris en 2014.

possible »⁶³² ; « des publications j'en ai toujours fait, je trouve que c'est important quand quelqu'un achète une pièce qu'elle comprenne ce qu'elle achète » ; « il y a toute une histoire derrière les objets, donc j'apprécie que les gens puissent la lire » ; « c'est surtout un outil de publicité » ; « avec les catalogues, la Fondation Dapper a donné une chance à l'ethnographie ».

L'objectif principal de ces outils est bien entendu – comme nous l'avons dit en introduction – de s'approprier la parole légitime qui permet de faire autorité dans le champ et d'être l'acteur principal de l'entreprise de rationalisation des critères de valeur. Il est cependant intéressant de noter que cette stratégie possède des caractéristiques : tous les acteurs mettent en effet en avant la spécificité de leur stratégie. Focaliser sur la recherche et la connaissance serait une particularité de leur pratique : « je pense que un des rares, vraiment, les marchands ne le font pas beaucoup en général »⁶³³ ; « ouverture des archives, collaborations faciles... un musée qui refuse de donner des informations, ce n'est pas un musée qui fait son métier »⁶³⁴ ; « je pense que par rapport à d'autres marchands, dans les publications, on est à l'inverse de ce que les autres font »⁶³⁵ ; « ce n'est pas un projet de galeriste, le catalogue, l'exposition, le livre : l'idée c'est de faire ça différemment »⁶³⁶ ; « on fait des dossiers complets, c'est ce qui fait la particularité de notre galerie : quand on vend un objet, on s'engage à faire une vraie recherche »⁶³⁷ ; etc.

Cette stratégie de distinction rejoint celle que nous avons esquissée *supra*, l'enjeu résidant clairement dans la capacité à intégrer le groupe des acteurs dominants, capable de générer des effets de snobismes et d'imitation. La recherche et la connaissance sont en outre associées à un véritable engagement, s'opposant à la vénalité et la simple activité lucrative : la recherche se fait par passion, par vocation, cette dernière étant indissociable de l'activité marchande : « au fond, on

⁶³² Extrait d'un entretien mené avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

⁶³³ Extrait d'un entretien mené avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

⁶³⁴ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Gaborit à Paris, le 10 septembre 2015.

⁶³⁵ Extrait d'un entretien mené avec Judith Schoffel de Fabry à Paris, le 17 juillet 2014.

⁶³⁶ *Idem*.

⁶³⁷ Extrait d'un entretien mené avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

a tous la même vocation qui est d'approfondir la connaissance »⁶³⁸ ; « s'il n'y a pas de passion, il n'y a pas de marché »⁶³⁹, etc.

Le marché comme n'étant pas seulement un moyen d'enrichissement ou d'investissement peut aussi être vu comme un argument-façade pour faciliter la vente, jouer sur l'émotion qui, comme nous l'avons vu, est un ressort important de la décision d'achat. Il est effet important de rappeler que l'enjeu n'est pas d'affirmer que ce sont les marchands – plutôt que les institutions muséales – qui possèdent la réelle connaissance et expertise sur les pièces ; l'enjeu est pour chacun de faire croire ou d'afficher une maîtrise de l'information et de la connaissance, de façon à s'emparer de la parole légitimante.

5.4 BILAN

L'analyse des relations entre musées et marchands nous a amenés à observer que d'autres activités que la vente et l'achat constituent l'essentiel de ces relations ; que les frontières entre acteurs sont largement poreuses, mais que malgré cela, une catégorisation assez stricte des rôles de chacun était opérée par l'ensemble des acteurs du champ ; que cet effort de catégorisation avait pour objectif de circonscrire un champ largement indéfini pour pouvoir fixer la valeur des objets.

L'analyse de la construction de la valeur des objets, au prisme de ces relations, a montré que des critères étaient régulièrement cités par la majorité des acteurs du champ, comme des éléments intrinsèques aux objets et largement objectifs, alors que les pratiques sont guidées par des facteurs relevant d'éléments exogènes aux objets. La spéculation, les comportements mimétiques et les externalités sont largement présents dans le champ. Trois grandes conclusions sont selon nous les éléments majeurs à retenir de ces analyses : l'importance conjointe des musées et des marchés dans la reconnaissance et la fixation de la valeur des objets ; la création d'une convention économique et sociale pour fixer cette valeur ; l'importance des dispositifs narratifs d'argumentation et de justification de cette convention.

⁶³⁸ Extrait d'un entretien mené avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

⁶³⁹ Extrait d'un entretien mené avec Serge Schoffel à Bruxelles, le 14 juillet 2014.

5.4.1 Le dédoublement des circuits de reconnaissance

Cette situation semble donc apparemment caractérisée par une opposition, une lutte, entre marchands et musées : un rapport de pouvoir pour le maintien de la parole d'autorité se met en place et donne naissance à des discours opposant auto-apprentissage et théories scientifiques, émotionnel et recherche, empirisme et théorique, etc. Ces oppositions sont parfois articulées de façon très bancal ou complexe, puisque l'objectif est *in fine* d'une difficulté extrême : objectiver (par de la connaissance et de l'information légitimée) du subjectif (des pratiques fondées sur l'émotion et l'irrationnel) de façon à justifier les prix et les critères de valeur donnés aux objets⁶⁴⁰. Cependant, la résolution de cette opposition passe aussi parfois par la collaboration, au moins sur certains plans : l'échange de savoir-faire ou de pratiques ou la production conjointe des savoirs et des informations.

L'échange de savoir-faire est favorisé par la circulation de personnes. Il existe en effet, un nombre non négligeable d'anciens collaborateurs de musées travaillant en galerie, ou d'acteurs aux multiples casquettes comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent. Les institutions muséales, de leur côté aussi, empruntent pratiques ou savoir-faire aux marchands⁶⁴¹. Les collaborations sont en voie de développement et les zones grises entre les deux partis se multiplient laissant présager la naissance de « manières plus complexes de travailler »⁶⁴² :

« Il y a un tel besoin d'informations, de bases de données, que finalement, entre les ressources des marchands, des maisons de ventes, des musées, il y a peut-être quelque chose qui va s'unir de façon différente. C'est là où moi je vois fondamentalement quelque chose d'intéressant. On va voir »⁶⁴³.

Le brouillage des frontières observé sur le terrain et décrit en première partie de ce chapitre, de même que l'importance d'un système donnant-donnant se retrouve

⁶⁴⁰ Voir l'analyse de Bernard Lahire (2015: 309) qui reprend aussi ces oppositions et note qu'elles sont observables de façon générale dans le champ de l'art et dans l'histoire des processus d'attribution.

⁶⁴¹ Les expositions en sont un exemple parlant sur lequel nous revenons dans le chapitre suivant, mais pensons aussi aux relations vues *supra*.

⁶⁴² Extrait d'un entretien mené avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

⁶⁴³ Extrait d'un entretien mené avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

ici : l'économie de la connaissance nécessaire à la fixation de la valeur des objets dans ce champ implique un partage d'informations. La production des richesses ou l'acquisition des biens n'est au final pas l'objectif majeur, comme nous l'avons vu *supra* : l'achat d'objets par les musées est en effet rare, la majorité des activités se situant sur des plans différents, relatifs à cette économie de la connaissance et à des stratégies pour obtenir une place dominante : ainsi, dans le champ de l'objet ethnographique, les circuits de reconnaissance des objets sont dédoublés. Ils s'effectuent à la fois dans le domaine privé (galeries ou maisons de ventes aux enchères) et dans le domaine public (musées d'ethnographie). Non seulement les circuits se dédoublent, mais ils s'interpénètrent aussi fortement, puisqu'au plus haut niveau, la sphère marchande se rapproche du musée en adoptant un rôle de consécration une crédibilité élevée, et l'institution muséale adopte certains aspects des sphères privées, tels que la découverte de nouvelles formes artistiques, l'application d'une forme de marketing, un travail sur l'image et le développement de l'événementiel et de la starification. Les instances de légitimation sont doubles.

5.4.2 La création d'une convention partagée propre au champ

Le champ ne peut être appréhendé autrement que comme un écosystème où fonctionnent ensemble les différents acteurs⁶⁴⁴. Nous l'avons vu, le champ est un lieu incertain ce dont sont conscients l'ensemble des acteurs : « le marché répond à des paramètres tellement impalpables et incohérents parfois. C'est comme ça, c'est comme ça »⁶⁴⁵. Une situation qui n'est pas sans risques, particulièrement financiers :

« Effectivement on a des objets qui sont ici depuis très longtemps, on va les prêter à une exposition, ils vont avoir une valeur d'assurance qui est calquée sur celle du marché, car on fait comme si on devait en racheter un, on met bien sûr une plus-value car on a des collections historiques. Après, le marché va savoir, je ne sais pas comment mais tout se sait, va voir que cet objet appartient à une exposition, même si la valeur d'assurance reste

⁶⁴⁴ Rejoignant ainsi les définitions actuelles du marché proposé par Michel Callon (2017: 38).

⁶⁴⁵ Extrait d'un entretien mené avec Pierre Loos à Bruxelles, le 26 janvier 2015.

confidentielle. La cote va grimper, on va réassurer le même objet la cote aura grimpé donc forcément... »⁶⁴⁶.

Les acteurs ont donc besoin d'élaborer conjointement un cadre de référence afin de stabiliser le marché, de façon à rationaliser et à maîtriser la spéculation et la part d'irrationnel. Cependant, ce cadre a pour caractéristique d'être à la fois l'outil de rationalisation des pratiques, donc d'évaluation, et l'outil de valorisation des objets : il est à la fois effet du système et condition à son développement, il est créé par les acteurs eux-mêmes, mais les contraint comme l'ont souligné les auteurs des *valuations studies*⁶⁴⁷ :

« D'une part, objets et règles s'imposent aux personnes, dans l'instant courant, comme des présupposés dont les conditions sociales de la genèse sont oubliées. D'autre part, étant les produits d'une activité humaine, leur objectivité et leur forme ne peuvent être complètement isolées des intentionnalités et des actions qui ont présidé à leur création » (Dupuy; Eymar-Duvernay; Favereau[et al.], 1989: 145).

Le processus est donc en deux temps : il commence par un jeu spéculatif où chacun guette les signes du savoir de l'autre, puis une objectivité émerge, que les acteurs pensent exogène ou vont en tout cas définir comme telle. Dans le cas de l'objet ethnographique, ce jeu spéculatif s'est accéléré quand les grandes maisons de ventes aux enchères se sont intéressées à ce type d'objets et ont développé des départements et des outils importants qui ont considérablement modifié le marché : de nouveaux collectionneurs, issus de champs artistiques différents et motivés par des intérêts divers (investissement financier) sont arrivés, les prix les plus importants ont été atteints lors des ventes et non plus en galerie, les pièces importantes passent donc davantage en vente aux enchères⁶⁴⁸. Se sont alors développés des critères de fiabilité sur le modèle d'autres champs artistiques

⁶⁴⁶ Extrait d'un entretien mené avec Aurélien Gaborit à Paris, le 15 septembre 2015.

⁶⁴⁷ Pour lesquels la valuation « n'a lieu que lorsque quelque chose fait question : quand il y a des difficultés à écarter un besoin, un manque ou une privation à combler, un conflit entre tendances à résoudre en changeant les conditions existantes » (Dewey, 1939).

⁶⁴⁸ Voir pour rappel le chapitre précédent.

(catalogues, identification d'artistes, etc.), mais aussi sur le modèle muséal (ambiance, expositions, mises sous vitrines, expertises, association avec les musées, etc.). Dans un second temps, les critères de valeur de l'objet se stabilisent et l'arbitraire inhérent aux conditions de leur genèse est oublié, ce qui induit une forme d'opacité de la fixation de la valeur. Celle-ci contribue à l'instabilité, mais aussi à la flexibilité du champ, une flexibilité qui permet au marché de se renouveler, de créer des sous-catégories (objets plus contemporains, ou issus du contact avec le monde occidental, ou objets quotidiens, etc.), etc. Les critères vus *supra* peuvent donc se relire à l'aune de ce processus et être vus autant comme la base sur laquelle se construit la valeur que les légitimations de l'irrationalité de celle-ci.

La connaissance et l'information sont au cœur de la création de cette convention : « ce qui est très important dans ce métier, c'est le renseignement. C'est presque plus important que l'objet : qu'est-ce qu'on connaît, qui on connaît »⁶⁴⁹. L'information est le bien au centre de ces échanges, davantage que l'objet, l'enjeu consistant ensuite à démontrer la possession de cette information de façon à stabiliser le marché, renforcer la convention et prendre le monopole du circuit de reconnaissance.

5.4.3 La mise en place d'un dispositif argumentatif discursif

La production et la circulation de ces connaissances passent par la production et la circulation de discours sur les objets, ces derniers ne possédant pas au final des qualités intrinsèques, mais offrant des « prises » discursives et narratives (Heinich, 2012a: 187) plus ou moins élevées. La narration est au cœur de ces stratégies qui n'échappent pas « à la douce tyrannie des mots » (Callon, 2017: 170)⁶⁵⁰ et qui permettent de créer des fictions, des histoires, de valoriser et de justifier. En effet, si la portée valorisante du discours est indéniable, celui-ci permet aussi de justifier et de rationaliser des critères ou des pratiques existantes jusqu'au moment où ceux-ci sont assimilés et reconnus par tous les acteurs du

⁶⁴⁹ Extrait d'un entretien mené avec Anthony Meyer à Paris, le 10 septembre 2014.

⁶⁵⁰ Celui-ci met aussi en avant l'importance de la parole sur les marchés en général en prenant l'exemple des bonimenteurs sur les marchés londoniens (Pinch, 2010) : la parole du bonimenteur permet de créer le désir d'objet en constituant et attirant un auditoire réceptif, en créant une narration autour de l'objet.

champ. Ainsi fonctionne la dénomination des objets mise en place par Artkhade, la base de données leader sur le marché de l'art africain et océanien :

« Certaines personnes voulaient garder les *tags*, car comme c'est assez spécialisé, ça les aidait à savoir la catégorie de masques, parce que chaque masque en gros a un nom. Il y a plusieurs sortes de masques dogons et chacun a un nom. Du coup, il faut les savoir avant de savoir quoi taper. Et ça, avant, ça apparaissait : ils cliquaient sur le nom du masque en question et ils n'avaient que le type de masque qui apparaissait. Ça on a enlevé, ce qui suppose que les gens sachent comment s'appelle le masque ».

Fixer une valeur rationnelle à l'œuvre est donc impossible et l'objet ne peut être apprécié qu'à l'aune du discours produit sur lui-même. L'objet devient activateur et prétexte au discours qui est à la fois descriptif (forme de l'objet) et interprétatif (fonction et émotion) et fournit des prises à la compréhension de l'œuvre en la remplaçant dans un ensemble d'œuvres de référence. A une prééminence de l'œil, jusqu'ici outil principal de reconnaissance du beau dans ce champ, se substitue une présence de l'oral qui amène les marchands à dire que l'on « apprécie aujourd'hui l'art premier avec ses oreilles »⁶⁵¹ rejoignant l'observation faite *supra* sur le changement des collectionneurs et un virage orienté en direction des discours⁶⁵². L'œuvre prend le sens que le commentateur projette sur elle et le discours est l'instrument principal de valorisation de l'objet, ce qui rejoint l'une des caractéristiques principales des œuvres d'art contemporain (Heinich 2014 : 174-190). Comme celles-ci, l'objet ethnographique est investi d'une intentionnalité, car l'œuvre exprime, représente et questionne.

Si le discours oral et écrit est l'outil majeur de cette compréhension, dans le champ de l'objet ethnographique un autre média joue un rôle important dans la valorisation, la justification et la circulation des connaissances au sujet des objets et des sociétés productrices de ces objets : l'exposition. Dispositif à la fois constatif et performatif, elle participe comme les discours à créer les cadres et à les valider.

⁶⁵¹ Entretien avec un galeriste parisien, septembre 2014.

⁶⁵² Voir Chapitre 4, point Une modification des collectionneurs, p. 262.

CHAPITRE 6 : S'APPROPRIER ET EXPOSER L'ALTÉRITÉ : L'EXEMPLE DES DISPOSITIFS MUSÉAUX ET MARCHANDS

Nous avons vu tout au long de cette recherche que la valeur des objets ethnographiques est fixée selon un cadre de conventions sociales et économiques défini par l'ensemble des acteurs du champ : musées et marchés participent tous deux à la stabilisation du champ, incertain. Les circuits de reconnaissance sont dédoublés, entraînant une lutte pour la position dominante dans le champ. L'appropriation de cette parole d'autorité passe majoritairement par des outils discursifs, dont un des plus importants est l'exposition.

Ce chapitre a donc pour objectif de braquer sa focale sur l'exemple de l'exposition et de l'appréhender comme un outil aux multiples facettes : elle permet en effet à la fois d'exposer les conventions selon lesquelles les acteurs pensent que l'objet est valorisé, mais aussi de transmettre et de diffuser ces conventions. En outre, l'exposition est aussi pour chaque acteur un outil de (dé)monstration de sa connaissance, laquelle au cœur des stratégies des acteurs du champ peut permettre de revendiquer ou d'asseoir une position dominante dans la hiérarchie négociée dans le champ⁶⁵³.

Appréhender les formes d'appropriation de l'altérité et leur diffusion n'est pas une proposition nouvelle, comme nous l'avons vu *supra* dans l'état de l'art⁶⁵⁴ : Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (2008: 13-15), par exemple, traitent de cette appropriation par les collectionneurs d'art africain et océanien et incluent l'exposition comme outil important de cette appropriation et de sa diffusion. Nous avons aussi vu dans le premier chapitre de ce travail comment nombre d'auteurs ont souligné le caractère médiatique de l'exposition, vue comme un processus de transmission d'un message signifiant et construit (Karp et Lavine, 1991, Mairesse, 2010b, Mairesse et Hurley, 2012).

Si le chapitre précédent s'est arrêté sur la construction de la valeur des objets ethnographiques, ce chapitre se consacre quant à lui à l'analyse et à la comparaison des différentes formes d'expositions présentes dans le champ et

⁶⁵³ Voir *supra*, Chapitre 5, point 5.3.2 Maîtriser la narration et l'information : musées et marchés face à face, p. 396.

⁶⁵⁴ Voir Chapitre 1, point 1.1.2 L'appropriation de l'altérité au travers du dispositif, p. 51.

observées durant ce terrain de recherche. Ceci devrait permettre de cerner quelle forme de représentation de l'altérité les expositions véhiculent et comment elles le véhiculent.

Pour ce faire, nous commencerons par revenir sur le terme d'exposition entendu ici. Cette définition posée nous amènera à considérer tous les « moments expositionnels » se déroulant dans le champ et à nous pencher sur leurs caractéristiques. Enfin, la deuxième partie de ce chapitre mettra en lumière les différentes modalités d'exposition de l'objet ethnographique et, en les comparant entre institutions muséales et marchés, esquissera les formes d'appropriation plébiscitées dans le champ et participant, par conséquent, à la valeur des objets ethnographiques.

6.1 LES DISPOSITIFS EXPOGRAPHIQUES D'OBJETS ETHNOGRAPHIQUES

6.1.1 Qu'est-ce qu'une exposition ?

Donner à voir, mettre en valeur, rendre efficace, mettre en exposition, mettre en espace, muséographier, scénographier, expographier, disposer, exposer, présenter, montrer, installer... La recherche sur les expositions s'est considérablement développée ces dernières années et s'est enrichie de nuances sémantiques et de concepts nouveaux. Il apparaît donc essentiel ici de s'arrêter sur la définition de l'exposition entendue dans le reste de ce chapitre et sur les conséquences méthodologiques et épistémologiques de ces présupposés.

La plupart des définitions élaborées en muséologie ou en histoire de l'art accordent une place importante au dispositif : pour Jean Davallon, l'exposition est un « dispositif résultant d'un agencement de choses dans un espace avec l'intention (constitutive) de rendre celles-ci accessibles à des personnes (sujets sociaux) » (Davallon, 1999: 1) ; pour Claire Merleau-Ponty et Jean-Jacques Ezrati, la muséographie est « un ensemble de dispositifs », qui se différencie de la scénographie ou de la mise en espace (Ezrati et Merleau-Ponty, 2005: 190) ; pour François Mairesse et Cécilia Hurley, le *dispositif* et le *display* sont deux éléments centraux de toute mise en exposition (Hurley, 2011, Mairesse et Hurley, 2012).

Dans le premier chapitre de ce travail, nous avons vu pourquoi et comment était appréhendé le terme de *dispositif* et en quoi il avait été jugé préférable, pour cette recherche, à celui d'*appareil*⁶⁵⁵. « Ensemble résolument hétérogène » (Foucault, 1998: 299) composé des praxis, de savoirs, de mesures, d'institutions dont le but est de gérer, de gouverner, de contrôler et d'orienter les comportements, les gestes et les pensées des hommes » (Agamben, 2014, p. 28), le concept de dispositif désigne non seulement l'ensemble de différents éléments, mais aussi leurs relations les uns par rapport aux autres et leur propension à garantir les positions d'autorité à l'œuvre dans un champ. Il est donc bien ici question d'un outil de négociation des légitimités et des places dans la hiérarchie du champ et il est pertinent d'employer le terme de *dispositif expographique* pour désigner les présentations d'objets ethnographiques dont l'analyse est faite ici. Le dispositif expographique désigne alors non seulement l'action d'exposer et le système dans lequel s'insère cette action, mais aussi le résultat de cette action et le lieu où se situe ce résultat⁶⁵⁶.

Suivant cette logique, les expositions dont nous proposons l'analyse dans ce chapitre – et la façon dont ce terme est utilisé dans la suite de ce texte – sont appréhendées comme des dispositifs expographiques : elles ne se limitent pas aux expositions au sens de résultat de l'action, principale fonction des musées, mais renvoient à tous les mécanismes à l'œuvre et englobent à ce titre différents types d'expositions ou de « moments » : expositions muséales, mais aussi présentations lors d'une vente aux enchères, transactions ou temps d'échanges des objets.

Il est bien évident que ces différents dispositifs expographiques déployés durant ces différents « moments expositionnels » n'ont pas les mêmes objectifs, ne visent pas les mêmes publics et ne sont pas élaborés de la même manière⁶⁵⁷. Il est cependant intéressant de considérer tous ces moments et ce que les choix des

⁶⁵⁵ Voir *supra*, Chapitre 1, point Si l'art est un langage, l'exposition est-elle un message ?, p. 52.

⁶⁵⁶ Comme la définition de l'exposition proposée par le CNRTL ou *Les concepts clé en muséologie* (Desvallées et Mairesse, 2011). La lecture de l'article du CNRTL et de ses exemples est à ce titre très percutante et compare « sortir de l'exposition des pastellistes », avec le « catalogue de l'exposition ».

⁶⁵⁷ Un constat que nous avons déjà pu entr'apercevoir en filigrane de ce travail, par exemple lors de l'exposé des foires ou des événements muséaux au Chapitre 4, point Le public au centre des préoccupations, p. 307.

dispositifs qui les portent disent des modalités d'appropriation de l'altérité. Ces dispositifs s'élaborent-ils tous selon le même cadre de conventions ? Quel est-il et que suppose-t-il ? Observe-t-on réellement une scission entre les modalités de présentation, selon que l'on se situe dans un univers marchand ou muséal, selon le public ou l'objectif de l'exposition ? Si oui, sur quels plans se situent ces différences ?

6.1.2 Les moments expositionnels de l'objet ethnographique

Le terrain effectué entre 2013 et 2017 a mis en évidence différents « moments expositionnels » lors desquels se déploient les dispositifs expographiques tels que la définition ci-dessus l'entend : des expositions d'objets, permanentes ou temporaires, dans les galeries, les musées et les ventes aux enchères, mais aussi des expositions d'objets plus marginales, relevant de mises en scène largement déployées, comme dans le cas des ventes aux enchères, ou plus furtives, comme lors de rapides exhibitions d'objets dans les coulisses de galeries⁶⁵⁸.

Les expositions des musées

Les « moments expositionnels » déployés dans les musées correspondent majoritairement au sens classique de la définition d'exposition et concernent pour cette recherche les expositions tenues dans les musées de l'échantillon de recherche⁶⁵⁹, à savoir : l'exposition permanente du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, du Musée de l'Homme, du Musée d'ethnographie de Genève, du Pavillon des Sessions du Louvre et du Musée royal des Beaux-Arts de Bruxelles, ainsi qu'un certain nombre d'expositions temporaires de ces institutions, du Musée Barbier-Muller, de la Fondation Musée Dapper et du Musée d'ethnographie de Neuchâtel⁶⁶⁰.

⁶⁵⁸ Comme je l'exposais au chapitre méthodologique (point Autres acteurs, p. 191), les vides-greniers et marchés aux puces, s'ils ont été observés, n'entrent dans l'analyse que comme contrepoint comparatif, puisque les relations entretenues avec les institutions muséales sont quasi inexistantes.

⁶⁵⁹ Voir Chapitre 3, point Les musées, p. 188.

⁶⁶⁰ Pour le détail des expositions, voir l'annexe 3.2 : observations, section « liste des expositions observées » qui liste la totalité des expositions de l'échantillon de recherche. L'annexe 6.1 reprend une synthèse des notes d'observation de ces expositions.

Les maisons de ventes et les enchères

Les musées ne sont pas les seuls à organiser et présenter ce type d'expositions au sens classique du terme ; les maisons de ventes aux enchères présentent au public les objets destinés à la vente. Les potentiels acheteurs, mais aussi les curieux – puisque les expositions sont gratuites et ouvertes au public – ont ainsi la possibilité de voir les objets, mais aussi de les toucher, sur demande, d'obtenir certains renseignements, et de les photographier. Ces expositions se tiennent en général trois ou quatre jours avant la vente à proprement parler pour Sotheby's et Christie's, parfois le jour même, quelques heures avant, pour les ventes de moindre importance.

Cependant, les objets ne sont pas seulement exposés lors des présentations au public avant les ventes, mais aussi et surtout pendant les ventes. Véritables mises en scène où se côtoient de nombreux rôles – experts, crieurs, commissaire-priseur, clerks, etc. – l'objet est présenté à différents moments : il est parfois exposé durant toute la vente, dans la salle, en marge du public ou derrière les clerks et commissaires-priseurs, mais il est la majorité du temps stocké et sorti brièvement lors de son enchère. Ce moment de monstration est fortement codifié : l'objet est amené par un clerc sur un présentoir, parfois déposé, parfois maintenu, il est proposé à la vue du public, qui peut demander à l'observer de plus près. Si certains éléments sont mis en exergue par l'expert ou le commissaire-priseur au moment de la présentation de l'objet, qui est parfois longuement décrit par le commissaire-priseur, l'objet peut alors être retourné, ouvert, passé dans le public, etc.

La mise en scène non seulement de l'objet au sein de la vente, mais aussi des enchères dans leur totalité participe à la création d'une fascination pour les objets présentés lors de ces moments : en amont, le catalogue prépare à la monstration de l'objet durant la vente ; pendant, le rythme donné par le commissaire-priseur, l'ordre d'apparition et de disparition des objets, les conflits surgissant dans la salle et leur gestion par le personnel de la vente, etc. participent de la mise en scène de l'objet, contribuant à le valoriser ou à le dévaloriser⁶⁶¹.

⁶⁶¹ Nous ne revenons pas sur le détail des ventes observées, pourquoi et comment, cet aspect méthodologique étant longuement traité dans le chapitre 3 de ce travail (point Les maisons de ventes aux enchères, p. 190). L'annexe 3.2 reprend ainsi la liste des ventes

Les expositions et transactions en galerie

Les moments de transaction sont donc des espaces d'exposition des objets autant que leur présentation au sein d'expositions au sens classique. Ces mises en scène des transactions se retrouvent dans les galeries, où elles sont cependant souvent beaucoup plus confidentielles. Il n'a pas été possible d'y assister régulièrement sur ce terrain de recherche et leur connaissance ne se fait qu'à partir de rapports effectués par les acteurs du champ. Cependant, outre ces transactions les galeries effectuent aussi des expositions classiques d'objets dont les plus importantes se déroulent lors des foires et des salons. Les expositions prises en compte se trouvent donc au croisement des galeries de l'échantillon de recherche et des foires et salons observés⁶⁶².

6.2 LE THÉÂTRE DE L'AUTRE

Pour déployer l'analyse qui permette de répondre à ces questions, il est nécessaire de s'équiper d'un certain nombre d'outils. Comme nous l'avons vu *supra*, l'étude des expositions ne bénéficiant pas encore d'une méthodologie fixée et éprouvée⁶⁶³, un détour par la notion de théâtralité permet de trouver des méthodes adéquates. En effet, le concept de théâtralité n'est pas à restreindre au champ théâtral, comme le proposait Gurvitch (1956) :

« La dilatation progressive de la catégorie de théâtre [...] a permis de mettre mieux en lumière les éléments dramatiques dont est nourrie la vie même des sociétés et de s'apercevoir que les phénomènes du jeu, de la fiction et du masque (au sens plus large de ces mots) ne sont pas limités à l'espace théâtral proprement dit ».

observées. L'annexe 6.2 présente une synthèse des notes sur les ventes aux enchères observées.

⁶⁶² Voir *supra*, Chapitre 3 : pour les galeries de l'échantillon de recherche, point Les galeries, p. 189 et l'annexe 3.1 : acteurs de l'échantillon de recherche, section « les galeries » et pour les foires et salons observés, point Observation et observation participante, p. 196 et l'annexe 3.2 : observations, section « liste des foires et salons observés ». L'annexe 6.3 reprend une synthèse des observations des expositions proposées par les galeristes lors des foires et des salons.

⁶⁶³ Voir *supra*, Chapitre 1, le cadre disciplinaire et chapitre 3, la méthodologie de ce travail de recherche.

Le théâtre est aussi une cérémonie qui sert à marquer un moment ou un acte décisif pour la société (Duvignaud, 1965: 4) ; une approche bien connue de la sociologie et de l'ethnologie grâce au travail d'Erving Goffman pour qui toute interaction sociale est théâtre et théâtralité : « il semble que nous passons notre temps à donner des spectacles plutôt qu'à fournir des informations » (Goffman, 2009 [1974]: 508). Considérer ces moments expositionnels – expositions, mais aussi ventes – comme des moments de théâtralité permet alors d'appliquer à leur analyse des méthodes propres à ce domaine. L'analyse des dispositifs d'exposition peut donc s'intéresser aux contenus déployés sur la scène – décors, masques, maquillage, etc. – mais aussi aux auteurs de ces contenus⁶⁶⁴ et aux coulisses. Finalement, l'analyse se doit de n'écarter aucun individu impliqué dans la construction de cette pièce et s'intéressera non seulement aux réalisateurs et acteurs, mais aussi aux spectateurs. Nous verrons donc dans la suite de ce chapitre ce qui est montré, mais aussi comment les objets et propos sont montrés par des concepteurs et scénographes, pour un public plus ou moins défini par ces derniers et dans un objectif précis. Dans un mouvement allant du confidentiel au public, nous verrons dans un premier temps quels sont les éléments du dispositif prenant place dans les coulisses : quels sont les acteurs opérant en coulisses, quels sont les espaces situés en arrière-scène ou en marge de la scène principale que constitue l'espace d'exposition de l'objet ? Dans un deuxième temps, il s'agira d'appréhender le dispositif expographique principal : quels sont les objets présentés, comment le sont-ils et par quels discours sont-ils portés ? Finalement, l'analyse s'arrêtera sur le public visé, ses spécificités – ou non – selon chaque dispositif et « moment expositionnel ».

De façon générale, il s'agit d'appréhender tout au long de cette partie l'exposition comme un théâtre où les objets, jugés selon les critères définis par les acteurs du champ, sont mis en scène, ceci afin de comprendre les enjeux relatifs à la construction, au maintien et à la diffusion de la valeur de ces objets.

⁶⁶⁴ Cette catégorie sera très peu abordée dans ce chapitre et pour un descriptif de ces acteurs, des identités professionnelles, des hiérarchies et tensions entre groupes professionnels, voir *supra*, Chapitre 4.

6.2.1 Les coulisses : préparation et monstration

Les auteurs des contenus et le choix des contenus

Les acteurs impliqués dans la production et la réalisation des expositions ainsi que les manières de décider des contenus peuvent sembler très variés entre les institutions muséales et les galeries ou les maisons de ventes aux enchères. Certes, des différences importantes existent : le musée est guidé par des logiques institutionnelles puissantes où cohabitent les tensions et les collaborations entre les nombreux services internes – mais aussi sous-traitants externes – impliqués dans le choix des thématiques et des contenus d'une exposition, et où des implications politiques et économiques peuvent être très présentes.

À l'interne, tout d'abord, les manières de fonctionner sont relativement différentes entre les institutions, particulièrement dans l'élaboration des contenus scientifiques : là où certaines institutions comme le MRAC ou le Musée d'ethnographie de Neuchâtel possèdent en leur sein un vivier de chercheurs ou de conservateurs fournissant les thématiques, et effectuant toutes les recherches scientifiques nécessaires à la conception de l'exposition, d'autres musées comme le MQB fonctionnent généralement avec des commissariats extérieurs. D'autres encore, comme le Musée de l'Homme, adoptent des systèmes hybrides impliquant à la fois des commissaires internes et des commissaires externes⁶⁶⁵, bien que de nombreux chercheurs soient rattachés à leur structure. C'est que travailler uniquement à l'interne possède ses limites : les chercheurs étant souvent très spécialisés, géographiquement ou thématiquement, les contenus des expositions sont rapidement réduits ou fortement homogénéisés.

Les acteurs impliqués dans la conception et la réalisation d'une exposition au sein d'un musée sont en outre très variés, tant sur le plan de leur formation, que de leur

⁶⁶⁵ « Moi quand je suis arrivée ce que j'ai proposé, c'est qu'on ait un co-commissariat et qu'on s'associe un commissaire scientifique extérieur. Parce que toutes les spécialités ne sont pas présentes au Muséum et ça permettait de décroisonner un peu. J'ai proposé un principe de commissaire général, c'est-à-dire quelqu'un qui a des choses à dire sur le sujet mais qui n'est pas un scientifique. Là [l'exposition *Nous et les Autres*, en préparation], c'est Lilian Thuram et sa fondation de lutte contre le racisme. Pour Néandertal, ça sera Marylène Patou-Mathis, qui est préhistorienne du Muséum, avec Pascal Depaepe de l'INRAP, et le commissaire général ce sera Philippe Dajun ». Extrait d'un entretien mené avec Anne Stéphan à Paris, le 25 février 2016.

parcours ou de leur rôle dans le processus ; cohabitent des services de muséologie, des services de publics, des commissaires d'expositions, des services de gestion des collections ou de régisseurs, etc. donnant souvent naissance à de nombreuses tensions. « On est entre deux feux »⁶⁶⁶ est un sentiment souvent partagé au sein des différents services et départements des musées. Les tensions entre services ou individus sont réelles et se cristallisent surtout sur des avis différents quant aux objectifs et aux manières de réaliser l'exposition : est-elle faite pour délivrer un savoir scientifique produit par les chercheurs et en partie vulgarisé ? Le cas échéant, à quel degré la vulgarisation doit-elle être poussée ? Pour impliquer les communautés concernées ? Pour divertir un public le plus large possible ? Les réponses à ces questions influent bien évidemment sur la manière de faire les expositions et deux tendances se confrontent généralement au sein des institutions étudiées : des expositions orientées objets, basées sur des collections ou des ensembles géographiquement homogènes, portées par les conservateurs ou scientifiques des institutions ; des expositions orientées parcours, généralement thématiques et transversales, vulgarisées et souvent participatives, impliquant fortement les publics et les communautés, portées par les services de publics et de muséographie.

Le terrain de recherche a montré que, bien que fortement ressenties par les acteurs des institutions, ces deux positions sont évidemment beaucoup plus nuancées dans les faits, les expositions résultant de compromis entre ces deux tendances. En outre, s'ajoutent à ces enjeux internes aux musées les rapports et positionnements entre institutions elles-mêmes. Comme pour les choix d'acquisitions⁶⁶⁷ – et peut-être plus fortement que pour ces derniers – les choix d'expositions et de leurs contenus contribuent pour les musées à les positionner dans le paysage culturel et à forger leur identité institutionnelle. Ainsi, au moment d'ouvrir le Musée de l'Homme, comme pour la politique d'acquisition, les équipes ont réfléchi à la plus-value de ce musée par rapport aux institutions proches, géographiquement ou thématiquement. Il s'agissait alors non d'inscrire le musée dans un modèle standard de ce que devrait être un musée d'ethnographie ou la présentation des

⁶⁶⁶ Extrait d'un entretien mené avec un responsable du service muséographique, en 2016.

⁶⁶⁷ Voir supra, Chapitre 5, point 5.1.4 Bilan : un système donnant-donnant, p. 339.

objets ethnographiques, mais bien de le différencier des institutions existantes, dans une logique mêlant valorisation des acquis de l'institution, plus-values possibles et concurrence des institutions entre elles :

« Quand je suis arrivée, on m'a dit : "il y a trois thèmes possibles [pour les expositions] : les momies, les Dolgan et les photos de chantier". Les momies : le scientifique en charge de cette collection m'a dit qu'il avait besoin de deux ans encore pour finir de les restaurer et de les documenter et à ce moment il y avait une expo qui s'appelait *Eight Mummies* au British Museum, donc je me suis dit qu'on n'aurait jamais le temps en un an de faire aussi bien que ça ! [...] Dolgan en fait ça a abouti à l'expo photo, il n'y avait pas matière à faire une exposition de 600 mètres carrés. En plus, le repositionnement du Musée de l'Homme fait que les expositions temporaires seront essentiellement des expo thématiques et pas monographiques et, à fortiori, pas monographiques sur une communauté. Le Musée de l'Homme s'est repositionné sur le domaine de l'anthropologie biologique, sociale et culturelle et pas seulement de l'ethnologie. De toute façon, ici on parle plutôt d'ethno-biologie ou d'ethno-écologie, c'est-à-dire : Lévi-Strauss est parti au quai Branly et ici il y a Haudricourt et Leroi-Gourhan, entre ethnolinguistique, préhistoire et ethno-biologie »⁶⁶⁸.

Finalement, encore plus largement, les expositions – autant que les acquisitions – sont aussi au centre d'enjeux géopolitiques plus ou moins subtils. Les expositions *Jacques Chirac ou le dialogue des cultures* au MQB en 2016 ainsi que *La mission d'Aimé Humbert* et *Imagine Japan* au MEN en sont des exemples illustratifs : la première fut réalisée dans le cadre de la célébration des dix ans du Musée du quai Branly, renommé quai Branly-Jacques Chirac à cette occasion, et « dresse le portrait culturel de l'ancien président de la République »⁶⁶⁹. L'exposition présente ainsi une série d'objets, mais aussi cinquante-six dates clés de la carrière de

⁶⁶⁸ Extrait d'un entretien mené avec Anne Stéphan à Paris, le 22 février 2016.

⁶⁶⁹ Présentation générale de l'exposition qui figurait dans le texte de l'introduction et dans les documents promotionnels et que l'on peut aujourd'hui retrouver sur le site du Musée du quai Branly-Jacques Chirac à l'adresse : <http://www.quaiBranly-Jacques-Chirac.fr/fr/expositions-evenements/au-musee/expositions/details-de-levenement/e/jacques-chirac-ou-le-dialogue-des-cultures-36334/> [Consulté pour la dernière fois le 5 avril 2018].

Jacques Chirac, toutes associées à son intérêt pour les cultures non européennes et les arts en général. Le commissariat de l'exposition était en outre assuré par une personnalité politique : Jean-Jacques Aillagon, ancien ministre de la Culture sous la présidence Chirac. Cependant, les implications politiques ne se sont pas arrêtées au sujet de l'exposition : les textes ont été l'occasion de souligner l'implication de certains partenaires dans l'acquisition et la conservation des œuvres, comme ce cartel indiquant « œuvre acquise grâce au soutien du Groupe Bolloré, Grand bienfaiteur de la Société des Amis » (fig. 13). C'est aussi dans le cadre d'une célébration que le Musée d'ethnographie de Neuchâtel a ouvert son exposition *La mission d'Aimé Humbert* le 6 février 2014, pour fêter les 150 ans de la signature du Traité d'amitié et de commerce entre la Suisse et le Japon. Suivie par l'exposition *Imagine Japan*, présentant les dessins, gravures et estampes collectées par le diplomate suisse pendant sa mission ainsi que l'ouvrage qu'il publia à son retour, *La mission d'Aimé Humbert* fut l'occasion d'une inauguration privée conviant un grand nombre de personnalités politiques et diplomatiques à fêter ce traité dans les murs du musée. Le vernissage de sa grande sœur, *Imagine Japan*, fut aussi l'occasion d'une visite conjointe de l'exposition par le Président de la Confédération helvétique et par le prince héritier du Japon.

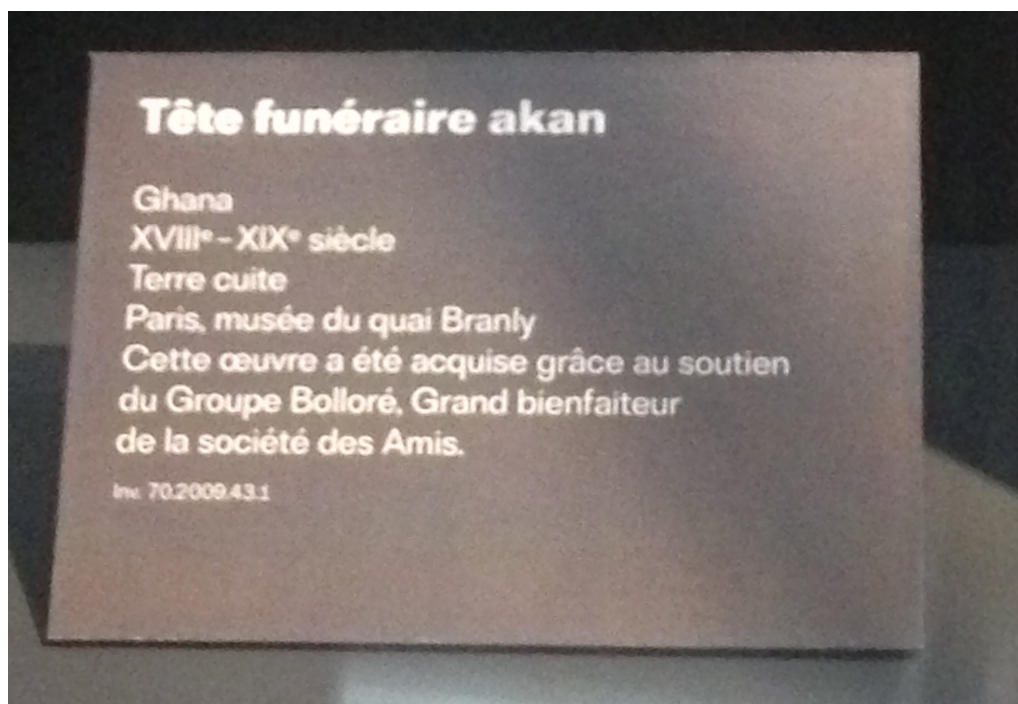


Fig. 14 : Cartel d'une sculpture de l'exposition Jacques Chirac ou le dialogue des cultures, Musée du quai Branly-Jacques Chirac, octobre 2016.

Politiques, les thèmes d'expositions sont aussi parfois des outils de stratégies plus globales des musées. Ainsi, les objets de la collection de Marc Ladreit de Lacharrière⁶⁷⁰ furent présentés lors de l'exposition *Éclectique* au MQB en 2016 ; trente-six des objets considérés comme « les œuvres les plus remarquables » furent offerts moins d'un an après l'exposition au Musée, pour une valeur estimée à cinquante-deux millions d'euros, soit cinquante fois le budget moyen annuel du musée⁶⁷¹. Du côté du Musée de l'Homme, l'exposition temporaire *Chronique d'une renaissance* se tenait en parallèle de l'exposition principale, afin d'expliquer et de justifier les choix scénographiques, muséographiques et institutionnels de l'exposition permanente⁶⁷².

On voit donc que l'exposition constitue un compromis des différentes forces en présence dans le musée d'ethnographie. Le choix des thématiques et contenus des expositions se font à la rencontre des exigences des divers acteurs impliqués dans l'institution muséale, selon leur formation, leurs intérêts et leurs représentations des objectifs que devrait atteindre une exposition de musée.

Ce rapport de force peut sembler particulier aux musées en tant qu'institution et inconnu aux milieux marchands où, dans le cas de la galerie, le galeriste choisirait seul sa propre exposition d'objets et où, dans le cas des maisons de ventes, les responsables présenteraient simplement les objets obtenus pour la vente à venir. S'il est certain que le nombre d'individus impliqués dans la conception d'une exposition de marchands est souvent moins important – ce qui peut même être contestable pour les grandes maisons de ventes aux enchères – et que les implications politiques ou institutionnelles sont bien moins fortes, il reste que les galeristes participants aux foires ne choisissent pas uniquement les objets à exposer sur la base de leurs trouvailles du moment : « Il y a souvent, il y a

⁶⁷⁰ Homme d'affaires français, président de divers groupes, investisseur, administrateur du Crédit Lyonnais, d'Air France ou de France Télécom et fondateur de son propre groupe la Financière Marc Lacharrière (Fimalac).

⁶⁷¹ Voir l'annexe 5.1 : Résumés des rapports d'activité du Musée du quai Branly-Jacques Chirac (2013-2016).

⁶⁷² Pour davantage de développements sur les aspects géopolitiques de ces expositions, voir Audrey Doyen (2017). « Les mises en scène de l'objet ethnographique : lieux du politique ? » in : Collectif DAEM, *Arts et médias : lieux du politique ?*, Paris : l'Harmattan, p. 47-54.

toujours, un thème principal quand on fait une expo. Sinon on marque “nouvelles acquisitions” »⁶⁷³. Ces marchands ne se contentent en effet généralement pas de présenter leur stock, mais organisent la présentation des pièces selon des choix de thèmes de façon à ce que l’ensemble soit cohérent et homogène : ainsi la présentation d’expositions thématiques s’est considérablement développé ces dernières années parmi les marchands⁶⁷⁴ et, comme pour les musées, il est intéressant de voir les éléments qui guident les choix de sujet d’exposition : ils dépendent des événements, du public, mais aussi de l’avancée des recherches sur les objets. En effet, comme mentionné dans le chapitre précédent⁶⁷⁵, la connaissance est un outil important du processus de fixation de la valeur des objets et, tant du côté muséal que marchand, présenter une pièce sans information est considéré comme vain : « si un bon travail est effectué en amont, du côté scientifique, il y a plus de choses à dire et ça attire plus de public »⁶⁷⁶. Les enjeux scientifiques peuvent parfois être tellement poussés qu’il n’est pas rare que la temporalité de conception d’expositions de certaines galeries rappelle celle des milieux muséaux et s’effectue sur deux ou trois ans⁶⁷⁷.

La cohérence de l’ensemble et les pièces présentées les unes par rapport aux autres sont d’une grande importance, tant dans les expositions de galerie que dans les expositions des maisons de ventes : il n’est pas rare que, pour souligner un objet, sa forme, sa provenance ou son usage, d’autres objets soient exposés en parallèle. Ces autres objets permettent généralement de valoriser l’ensemble présenté, selon le cadre de conventions vu *supra*. C’est ainsi que les recherches effectuées sur les objets sont primordiales à toute exposition : elles permettent d’attester et de présenter l’ancienneté, le *pedigree* ou l’usage d’un objet. Mais sont aussi présentés des objets d’art moderne ou contemporain, qui confortent les parallèles effectués avec ces autres champs de l’art, notamment moderne et

⁶⁷³ Extrait d’un entretien mené avec Lucas Ratton à Paris, le 24 novembre 2015.

⁶⁷⁴ Voir *supra*, Chapitre 4, point 4.3.1 Les galeristes et les foires, p. 284.

⁶⁷⁵ Voir *supra*, Chapitre 5, point 5.3.2 Maîtriser la narration et l’information : musées et marchés face à face, p. 396.

⁶⁷⁶ Extrait d’un entretien mené avec une assistante de galerie à Paris, le 16 juillet 2014.

⁶⁷⁷ Par exemple, l’exposition *Suintante* d’Adrian Schlag, présentée au *Parcours des Mondes* 2015.

contemporain⁶⁷⁸. En outre, le déploiement des connaissances des marchands, nécessaire à son positionnement dans la hiérarchie et à la validation de son statut de marchand de confiance, va parfois jusqu'à l'exposition de pièces non mises en vente, mais susceptibles d'alimenter la thématique proposée ; à ce point, l'exposition n'a plus pour seule vocation la vente des objets, mais la transmission de connaissances et la mise en valeur de l'ensemble des objets exposés, pour créer un ensemble d'objets cohérent de par leur provenance géographique ou leur fonction. C'est ainsi que Serge Schoffel a conçu l'exposition *Vodun Fon* pour la Brafa 2014, ou que les organisateurs des foires Bruneaf et *Parcours des Mondes* ont conçu les expositions *Uzuri wa Dunia* et celles de l'Espace Tribal⁶⁷⁹. Les objets exposés dans ce cas ne sont pas forcément tous mis en vente et l'exposition ne sert pas à présenter des objets à des potentiels acheteurs ; les choix des objets, la scénographie et les discours servent ici à valider les pièces considérées comme de valeur, à fixer et à perpétuer le cadre de conventions élaborées par les acteurs du champ⁶⁸⁰ ainsi qu'à conforter ou élever la position du galeriste dans la hiérarchie des vendeurs.

Comme dans les réserves de musées, certains objets peuvent ainsi dormir plusieurs années dans les coulisses et réserves des galeries dans l'attente du bon moment, du bon ensemble thématique, des bonnes informations ou du bon public. Les choses sont cependant un peu plus compliquées pour les maisons de ventes aux enchères, généralement tributaires des vellétés des vendeurs :

« D'abord, Patrick et moi on s'était dit qu'on composait une vente comme on composerait une exposition. Alors, pas forcément... Évidemment, parfois on arrive à créer des thématiques au sein d'une exposition, mais il ne faut pas rêver non plus. Je veux dire, mon rêve de curater une exposition à chaque fois que je fais une vente... Ce n'est pas tout à fait ça non plus, parce

⁶⁷⁸ Voir Chapitre 5, point 5.3.1 Un exemple de stratégie : se calquer sur d'autres marchés, p. 389 ainsi que l'annexe 5.3 : expositions de l'échantillon de recherche présentées avec ou en parallèles d'art moderne ou d'art contemporain.

⁶⁷⁹ Voir annexes 6.3 : synthèse des données d'observation des expositions de galeries.

⁶⁸⁰ Voir *supra*, Chapitre 5.

que les thèmes c'est un peu en fonction de l'actualité des collectionneurs ! »⁶⁸¹.

S'il est possible pour les grandes maisons de ventes telles Sotheby's ou Christie's de mettre en veille certains objets destinés à la vente dans l'attente de meilleures conditions de présentation, cette situation reste généralement rare et les maisons doivent composer avec les objets possédés.

L'arrière-scène : espace de préparation et de monstration

Outre l'endroit où se construisent et se fixent les choix de thématiques et de contenus des expositions, les coulisses sont aussi un espace de préparation physique des objets destinés à être montrés, comme le relève Rolande Bonnain (2005: 406) pour les galeries :

« L'objet y [dans l'arrière-boutique] est étudié, expertisé, son passage chez le restaurateur jugé nécessaire ou non, son soclage envisagé, et mis enfin en réserve. Les liens d'avec l'ancien propriétaire (son histoire, sa présence dans une collection prestigieuse) sont dénoués complètement par le passage dans ces coulisses et le changement d'aspect annoncera la nouvelle identité qu'il n'a pas encore, qu'il attend. Il pourra alors s'intégrer dans la réalisation temporaire qu'est la galerie du marchand ».

Tant dans les musées que dans les galeries ou les maisons de ventes, les coulisses sont le moment et le lieu où l'objet est préparé, poli, conditionné – et donc formaté – et où les espaces sont construits et ajustés. Cependant, elles peuvent aussi être un lieu de monstration puisque, par exemple, dans le cas des galeries ou des maisons de ventes, c'est là que les potentiels acheteurs sont conviés pour voir et admirer des objets non proposés en boutique.

Les coulisses devenant, comme la scène, des espaces de monstration, la frontière avec l'espace principal d'exposition est alors parfois très poreuse : elles peuvent être savamment montrées ou suggérées, comme pour les galeries, que ce soit sur un stand provisoire ou dans une galerie pérenne. Généralement conçue par des architectes, la galerie comprend un espace public et un espace privé où se situe le

⁶⁸¹ Extrait d'un entretien mené avec Marguerite de Sabran à Paris, le 4 janvier 2016.

bureau du galeriste. Cet espace privé est désigné, par certains artifices scénographiques, comme différent de l'espace principal, plus caché, mais toujours visible⁶⁸² :

« Par exemple pour la BRAFA, j'ai dit que je voulais un bureau invisible et séparé. Invisible sur le stand, mais visible lorsque vous étiez sur le bureau. Il [l'architecte] a réussi à faire un truc. Il a trouvé »⁶⁸³.

Ce sont aussi souvent les objets qui font office de paravent et tendent à intégrer le galeriste et son acheteur dans le dispositif d'exposition. L'objectif est clairement d'instaurer un rapport entre l'espace privé et l'espace public, entre la vitrine et l'arrière-boutique, entre la scène et les coulisses. De quelle nature est alors ce rapport ?

Ce rapport s'installe entre deux points de vue, correspondants à deux situations ou statuts d'acheteur : le point de vue de l'acheteur potentiel, déjà présent dans le bureau, mais aussi celui du visiteur de l'exposition, à l'extérieur du bureau, encore simple curieux ou observateur. La création d'un espace séparé, plus confiné et à l'abri de la vue et du su de tous génère une relation d'intimité entre l'acheteur et le vendeur en même temps qu'elle met en scène le vendeur, dans une position généralement forte d'autorité, déployant tous les signes de connaissances et de sérieux : livres et documentations diverses, autres objets privés, etc. :

« Après, l'autre jeu avec les marchands, c'est que les grandes pièces ne passent pas dans la galerie. Elles sont toujours à l'étage, elles ne sont pas montrées dans la galerie. Il y a des pièces très importantes, vous ne risquez pas de les voir. On ne vous les montre qu'à partir du moment où on a confiance en vous ou que vous êtes un acheteur potentiel. Moi, par exemple, maintenant dans beaucoup de galeries je peux aller, on me dit "bien tiens, monte". Mais parce que je connais des galeristes depuis longtemps et c'était ça qu'on faisait avec le tour des galeries »⁶⁸⁴.

⁶⁸² Voir annexe 6.4 : vues des bureaux des galeries.

⁶⁸³ Extrait d'un entretien mené avec Didier Claes à Bruxelles, le 9 décembre 2014.

⁶⁸⁴ Extrait d'un entretien mené avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

La relation ainsi créée est celle d'un rapport de confiance entre un expert de son domaine et un acheteur considéré comme spécial ou du moins à qui il faut donner l'impression qu'il est spécial – pour son statut, sa richesse, son titre, sa connaissance, etc. – puisque invité par le galeriste à pénétrer un espace réservé. Si ce rapport existe aussi dans le cas des maisons de ventes aux enchères, il ne se manifeste que rarement par la mise en scène du bureau. Il est par contre intéressant de noter que, dans le cas des musées, la monstration des coulisses s'est largement développée depuis les années cinquante : des réserves visitables telles que l'avait pensé Jean Gabus (Sierro, 2005: 321) jusqu'à la tour des instruments de musique du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, la mise en scène des espaces cachés du musée a généré différents rapports et recherches (Rémy, 1999). Cependant, ceux-ci se focalisent principalement sur la place que ces réserves visitables peuvent prendre, des ressources humaines et financières déployées pour les rendre visitables et des risques qu'elles engendrent pour les collections et le public⁶⁸⁵. Outre ces aspects liés aux collections et aux considérations pragmatiques de l'accessibilité des collections aux publics, l'accès aux réserves relève aussi d'une forme alternative d'exposition des objets et donc d'un autre rapport à la connaissance : souvent moins cartellisés, les objets sont présentés sous une forme moins scénographiée que dans les espaces d'expositions et visent souvent, par opposition à ces derniers, à montrer l'étendue des collections. Ainsi, la tour des instruments de musique du MQB présente 10 000 instruments sur 700 mètres carrés⁶⁸⁶ ; ces présentations sans fioritures, sans scénographies ni discours particuliers permettent, comme pour l'accès de l'acheteur à l'espace bureau de la galerie, de donner au visiteur le sentiment d'être un privilégié en observant des espaces normalement interdits, et d'opérer un contraste avec l'espace principal d'exposition.

⁶⁸⁵ Voir, par exemple, le rapport d'information français d'Isabelle Attard, Michel Herbillon, Michel Piron et Marcel Rogemont, présenté devant la Commission des Affaires culturelles en décembre 2014, p. 62.

⁶⁸⁶ Pour les détails du projet de visibilité des réserves des instruments de musique au MQB, voir l'article de Madeleine Leclair (2007).

6.2.2 La scène : les contenus

Les objets

Un relevé des caractéristiques des objets présentés dans les expositions du corpus a permis notamment d'identifier les quantités d'objets et leur provenance : l'analyse de ces données selon les expositions de musées, de galeries ou de ventes aux enchères attire l'attention sur quelques points.

Les objets exposés sont ainsi majoritairement originaires d'Afrique, que ce soit dans les expositions de musées, de galeries ou de ventes aux enchères. Il est important de noter que cette vision d'une prééminence de l'Afrique est aussi influencée par la méthodologie d'enquête : deux des musées de l'échantillon de recherche sont exclusivement dédiés à l'Afrique (la Fondation Musée Dapper et le Musée royal de l'Afrique centrale) et une majorité des expositions observées en galeries l'ont été en galeries d'art africain, comme le rappelle le chapitre consacré à la méthodologie *supra*. Cependant, malgré ce biais méthodologique, l'Afrique conserve une place plus forte que les autres continents dans les objets vendus sur le marché ainsi que dans les musées d'ethnographie. Par exemple, au Musée du quai Branly-Jacques Chirac, 868 objets sont montrés pour l'Afrique, contre 520 pour l'Asie et ce sur une superficie trois fois plus grande, par exemple.

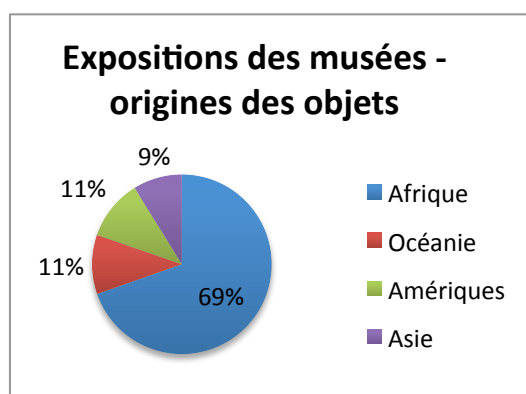


Fig. 16 : Origine des objets par continent dans les expositions permanentes des musées d'ethnographie de l'échantillon de recherche.

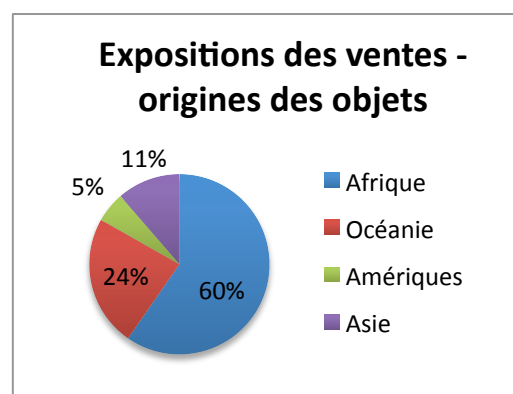


Fig. 15 : Origine des objets par continent dans les expositions des ventes aux enchères de l'échantillon de recherche.

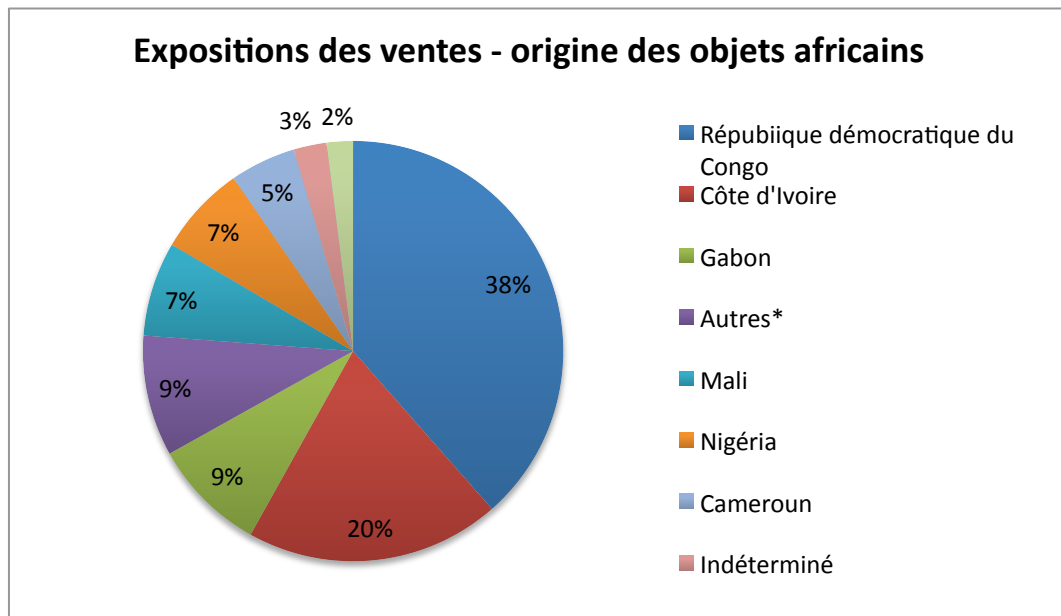


Fig. 17: Origine des objets africains présentés lors des expositions de ventes aux enchères de l'échantillon de recherche.

***Autres : Bénin, Sierra Leone, Kenya, Guinée, Angola, République Centrafricaine, Congo, Togo, Burkina Faso, Ghana, République du Congo, Tanzanie, Soudan, Éthiopie, Zambie, Libéria.**

La plus forte présence de l'Afrique et le goût des collectionneurs autant que des galeristes, des conservateurs ou des visiteurs de musée sont largement orientés par l'histoire de notre rapport à ces objets et par l'histoire coloniale. L'orientation forte en direction de l'Afrique procède ainsi d'un mouvement en deux temps, que nous avons vu au fil de ce travail : dans un premier temps, la discipline ethnologique en France, en Suisse et en Belgique⁶⁸⁷, se focalise sur l'Afrique et l'Afrique de l'Ouest, sur la base de considérations méthodologiques et épistémologiques. Dans un deuxième temps, un goût spécifique, visible tant dans les collections privées circulant sur les marchés que dans les collections publiques conservées dans les musées, émerge et se consolide, orienté en direction de certaines régions particulières liées à l'histoire coloniale de ces pays⁶⁸⁸. Si cette tendance s'explique pour ces collections acquises au début du siècle et tributaires des passés coloniaux, le prolongement de cette orientation dans l'exposition actuelle des objets peut paraître étonnant. Sur le marché, tout d'abord, le prolongement de cette orientation historique est clairement visible : les objets de

⁶⁸⁷ Voir Chapitre 2, point La relation entre les musées d'ethnographie et l'ethnologie dans les années trente, p. 125.

⁶⁸⁸ Voir l'analyse d'Estelle Fossey (2011) sur l'histoire du goût ainsi que *supra*, Chapitre 4, point Des spécificités françaises, p. 234.

République démocratique du Congo sont majoritairement exposés dans des galeries et foires en Belgique (plus de 90%), alors que les objets de République du Congo ou de Côte d'Ivoire le sont majoritairement dans des galeries françaises (plus de 90% aussi, voir fig. 17). Le fait que les objets vendus proviennent de pays anciennement colonisés n'est pas étonnant, mais la répartition de leur vente dans des galeries françaises ou belges selon le pays témoigne avec force de la pérennité des circuits et réseaux coloniaux : on peut ainsi faire l'hypothèse que les objets acquis par des Belges ont tendance à rester dans des collections belges, à passer dans des galeries belges et à être rachetés par des collectionneurs belges, même si celle-ci devrait être encore davantage étayée.

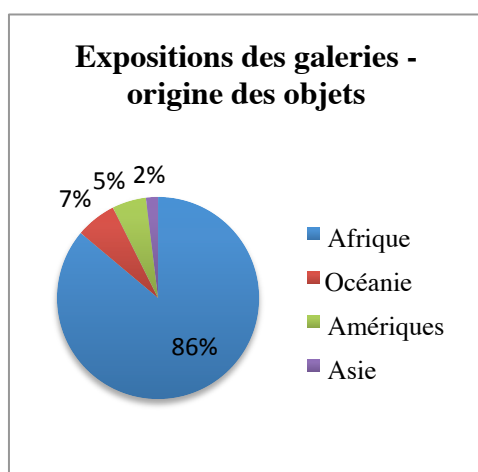


Fig. 19: Origine des objets par continent dans les expositions des galeries de l'échantillon de recherche.

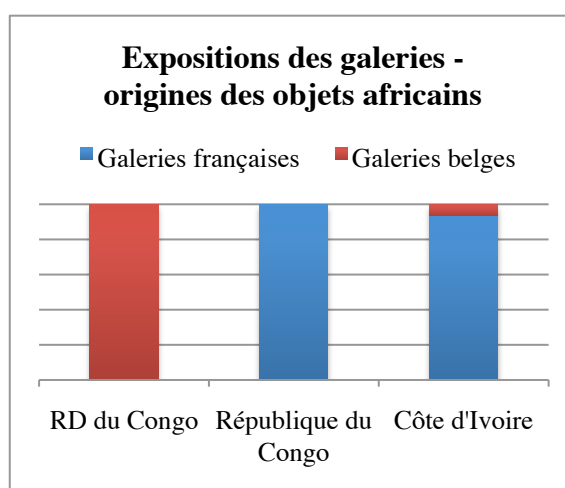


Fig. 18: Origine des objets africains et leurs répartitions dans les expositions galeries de l'échantillon de recherche.

La présence dans les expositions des objets océaniques, américains et asiatiques confirme les tendances des collections : comme nous l'avons vu dans le chapitre historique de ce travail, les objets asiatiques bénéficient plutôt que les objets africains ou océaniques de circuits de distribution. Aujourd'hui, le marché de l'art asiatique est clairement séparé du marché de l'art africain et océanique, bien que les galeries et ventes des deux spécialités se retrouvent parfois lors de certains événements (le *Parcours des Mondes*, depuis 2015, par exemple, ou certaines ventes aux enchères joignant les deux spécialités). Cette séparation s'observe aussi du côté muséal où des musées dédiés aux objets asiatiques ont vu le jour

rapidement⁶⁸⁹. Par conséquent, les collections des musées d'ethnographie actuels ne regorgent pas d'objets asiatiques et leur présentation dans les expositions reste relativement confidentielle. Cet état des lieux montre un positionnement très fort du marché en faveur des objets provenant d'Afrique – et d'Océanie, dans une moindre mesure, que l'on retrouve légèrement plus nuancé du côté des institutions muséales.

De même, les types d'objets présentés montrent une forte prééminence des sculptures et des masques, même si c'est le secteur marchand qui fait augmenter ces statistiques de manière significative. Les objets du quotidien sont beaucoup moins représentés sur le marché de l'art, exception faite de quelques galeries spécialisées. En outre, les objets usuels qui se retrouvent sur le marché appartiennent en général à des catégories bien particulières : cuillères ou peignes, par exemple. Les objets en deux dimensions sont largement sous-représentés, que ce soit dans les musées ou les marchés et leur absence montre le peu d'intérêt que ces objets ont suscité au moment des constitutions des collections et la tendance des expositions à représenter l'état des collections, et que, comme pour l'acquisition des collections, l'exposition des objets transmet l'histoire située des goûts.

Ce panorama nous montre qu'il existe certains objets-types, représentatifs de ce que devrait être une collection ethnographique et que les collections acquises durant le 20^e siècle ont constitué un canon. Ce canon s'est solidifié sur la base des objets présentés durant les premières expositions d'objets ethnographiques dans les années trente et surtout des publications qui en sont nées et qui ont permis de faire perdurer certaines représentations : nous avons vu les plus importants de ces éléments au chapitre 2⁶⁹⁰ : *Primitive Negro Sculpture* en 1926, le catalogue des ventes Eluard et Breton, etc.

Ainsi, masques et sculptures, principalement d'Afrique de l'Ouest, constituent la majorité des objets présentés et exposés aux visiteurs aujourd'hui, que ce dernier

⁶⁸⁹ Voir *supra*, chapitre 2, avec l'ouverture du Musée Guimet.

⁶⁹⁰ Voir *supra*, Chapitre 2, point 2.2 À partir des années 20 : un intérêt redoublé, p. 102.

fréquente un salon d'art ou une exposition de musée⁶⁹¹. Si le monde marchand ne s'oblige aucunement ni ne prétend présenter la diversité des productions du monde, c'est par contre le discours que tiennent la majorité des musées d'ethnographie et c'est peut-être là que réside le paradoxe le plus prégnant : ainsi au Pavillon des Sessions, les œuvres ont été choisies pour témoigner du « meilleur qu'une culture peut offrir » ; Stéphane Martin rappelle dans la brochure institutionnelle du MQB que « le Président Jacques Chirac soulignait la nécessité d'imaginer un lieu original qui rende justice à l'infinie diversité des cultures », le terme *diversité* étant le maître mot de la communication officielle du musée⁶⁹² ; le Musée d'ethnographie de Genève insiste aussi dans sa communication sur la représentativité des objets présentés dans son exposition permanente, témoignage des cinq continents ; etc. Force est cependant de constater que les expositions muséales sont dans la grande majorité des cas davantage représentatives des collections possédées, plutôt qu'illustratives de la diversité des productions matérielles des cultures, passées ou actuelles.

D'autres critères entrent aussi en compte dans la sélection des objets présentés dans les expositions muséales : les publics, comme nous le verrons *infra*, mais aussi les enjeux géopolitiques⁶⁹³. Du côté du marché, il pourrait être tentant de penser que les expositions de musées influencent les sélections opérées par les vendeurs dans leurs expositions et ventes ; si nous avons vu que la fondation du MQB avait été appréciée par le marché pour avoir dopé les ventes en général, l'hypothèse que la présentation d'objets de certains types ou de certaines provenances orienterait les achats des collectionneurs n'est corroborée ni par les données de terrain ni par les discours des acteurs concernés, qui témoignent d'avis divergents en la matière.

⁶⁹¹ Comme nous l'avons vu *supra*, Chapitre 4, point 4.3.4 Bilan : les enjeux de l'événementiel, p. 306, les publics se diversifient de plus en plus avec la montée de l'événementiel.

⁶⁹² Un objectif largement repris dans les textes de présentation du MQB, comme dans l'ouvrage d'Octave Debary et Mélanie Roustan (2012: 5) : « son objectif officiel est triple : faire découvrir et mettre en valeur la diversité des productions matérielles issues de cultures non occidentales ».

⁶⁹³ Cet axe a été particulièrement traité dans un article paru aux éditions L'Harmattan (Doyen, 2017) où j'y exposais comment certaines pièces sont explicitement retirées de certaines expositions, par exemple, pour ne pas causer de problèmes dans des tractations diplomatiques en cours.

Les scénographies

Le choix des pièces n'est pas le seul élément constitutif d'une exposition et le nombre d'objets d'une certaine provenance ou d'un certain type peut être visibilisé ou invisibilisé par le dispositif de présentation. Ce dernier crée des effets, met en valeur ou au contraire occulte certains aspects des objets ; quels sont les dispositifs employés dans les expositions muséales et marchandes ? Se différencient-ils ou se rejoignent-ils sur certains points ? L'analyse de ces dispositifs se fera en trois points : le type de parcours d'exposition, les décors et, finalement, l'éclairage.

La différence majeure entre les expositions marchandes et les expositions muséales réside peut-être dans les parcours proposés : bien que des tensions existent au sein des institutions entre le degré auquel le visiteur doit être guidé dans le propos de l'exposition, les expositions muséales bénéficient généralement d'un espace leur permettant de concevoir des étapes ou des zones – plus ou moins hermétiques entre elles – dans l'exposition. L'exposition marchande conçoit peu la modalité de connaissance et de diffusion des objets comme devant être construite chronologiquement ou thématiquement et propose en général une modalité de connaissance à l'objet qui relève de la confrontation immédiate, une confrontation encore accentuée par les modalités de présentation de chaque objet tels que les vitrines ou l'éclairage, comme nous le verrons *infra*. C'est la même modalité qui est proposée lors des transactions ou des ventes aux enchères : une présentation immédiate, individuelle et frontale de l'objet. Si cette différence s'observe généralement, il est cependant pertinent de noter qu'elle peut être nuancée : les musées ne proposent pas tous des parcours construits de la même manière et des cultures muséographiques différentes se côtoient dans le paysage des musées d'ethnographie. Ainsi, l'exposition permanente du Musée du quai Branly-Jacques Chirac se rapproche de ce mode d'exposition marchand en proposant un parcours complètement libre, bien qu'agencé en différents espaces géographiques⁶⁹⁴, alors que certaines de ses expositions temporaires (*Éclectique*,

⁶⁹⁴ Un point fortement ressenti par les visiteurs du parcours permanent comme le signalent Octave Debary et Mélanie Roustan (2012) : l'aspect labyrinthique, l'ouverture

Persona, Jacques Chirac ou le dialogue des cultures, Kanak, etc.), les expositions du Musée d'ethnographie de Neuchâtel ou celles du Musée de l'Homme proposent des parcours beaucoup plus narratifs et nécessitant donc que le visiteur soit orienté entre différents espaces, dans un ordre précis. De plus en plus cependant, l'exposition de musée est conçue non comme le support d'un propos spécifique, mais comme une promenade que le visiteur pourrait accommoder à sa manière, où les objets exposés et l'information les concernant sont une plus-value par rapport à la balade proposée :

« L'image moi que j'avais, alors c'est une image très ringarde, très vieillotte, c'est l'image, je crois que c'est Hubert Robert, la grande galerie du Louvre avec tous ces gens qui se baladent et qui discutent comme si cet endroit n'était qu'une galerie couverte de la ville »⁶⁹⁵.

En outre, les parcours muséaux parfois très dirigés ou les propos très construits n'empêchent pas la présentation des objets de manière individuelle et frontale, comme dans les expositions marchandes. Les rendus scénographiques peuvent alors se rejoindre.

Si les parcours sont relativement différents entre expositions marchandes et muséales, les décors des expositions le sont beaucoup moins : dans l'ensemble des différents types d'expositions, qu'elles soient en galerie, en maisons de ventes ou en musées, l'ambiance est souvent monochrome ou alors de grands aplats de couleurs délimitent certaines zones, le blanc, le beige et le noir étant les couleurs de prédilection des expositions monochromes⁶⁹⁶. De même, l'observation du corpus d'exposition montre une nette prédominance des éclairages cadrés, focalisés, rarement naturels ; les jeux d'ombres sont très fréquents (fig. 20) et l'effet rendu dramatise les pièces, s'apparentant aux éclairages du théâtre ou au monde du luxe, comme certaines vitrines de bijouteries. Si la pose des pièces dans

du parcours et l'absence de fil rouge ou de narration proposée par le musée sont quasi systématiquement relevés par leurs enquêtes.

⁶⁹⁵ Extrait d'un entretien mené avec Zette Cazalas à Paris, le 17 mars 2016.

⁶⁹⁶ La totalité des expositions marchandes sont monochromes dans ces tons et la quasi-totalité des expositions muséales : toutes chez Barbier-Muller et la Fondation Dapper, etc. Voir les annexes 6.1, 6.2 et 6.3 : synthèse des observations des expositions des musées, des maisons de ventes et des galeries.

l'obscurité et l'utilisation d'un éclairage artificiel facilitent le maintien des bonnes conditions de conservations des objets, l'éclairage généralement très cadré et zénithal ne répond à aucune contrainte technique, comme le rappelle Jean Hubert Martin :

« J'ai souvent critiqué la Fondation Dapper, car c'est très joli, mais les vitrines n'étaient pas très profondes et l'éclairage au-dessus fait des ombres qui masquent les formes. Dans *Carambolages*, l'éclairage se fait par au-dessous, par exemple »⁶⁹⁷.

Ce type d'éclairage est présent dans toutes les expositions de galeries observées, dans la majorité des expositions de ventes aux enchères et dans une moindre mesure dans les expositions muséales : notons qu'il est présent à la Fondation Musée Dapper, au Musée Barbier-Muller, dans l'exposition permanente du quai Branly-Jacques Chirac ainsi que dans les expositions temporaires⁶⁹⁸.



Fig. 20 : vue d'un espace du Musée du quai Branly-Jacques Chirac et des jeux d'ombres provoqués par l'éclairage zénithal artificiel.

Cet éclairage a généralement pour conséquence de cadrer les objets et d'individualiser les pièces, un procédé encore renforcé par les soclages et

⁶⁹⁷ Extrait d'un entretien mené avec Jean Hubert Martin à Paris, le 18 mars 2016.

⁶⁹⁸ Voir l'annexe 6.1 : synthèse des données d'observations des expositions de musées, pour davantage d'exemples.

l'accrochage : dans la totalité des expositions, excepté celles du Musée d'ethnographie de Neuchâtel, la majorité des objets sont présentés sous vitrine ou accrochés à des distances importantes les uns des autres ; ils sont rarement groupés, exception faite de certains petits formats ou d'effets de tableaux voulus dans des cas ou des endroits précis, ou des dispositifs s'opposant clairement au dispositif principal, comme nous l'avons vu pour la tour des instruments de musique du Musée du quai Branly-Jacques Chirac. Bien que regroupés par ensembles thématiques ou formels dans les expositions de musées, les objets sont toujours présentés comme des unités de sens, pertinents et compréhensibles en eux-mêmes et pour eux-mêmes. Il est intéressant de noter que le soclage fait l'objet d'un intérêt de plus en plus important au sein du champ : de simple outil de présentation des objets, le soclage est devenu un art à part entière dans la façon de présenter et de mettre en valeur les pièces. Ainsi, certains socleurs sont considérés comme des artistes et signent leur travail, et des objets soclés par ces derniers acquièrent une valeur plus importante sur les marchés. Ainsi, Kichizo Inagaki qui, fréquentant l'avant-garde artistique du début du 20^e siècle, commence à élaborer des socles en bois pour les masques africains. Son soclage est considéré comme révolutionnaire, car il épouse l'objet présenté, formant un tout homogène, voire complétant l'objet. Ses socles sont estampillés et mentionnés lors des ventes, par exemple le lot 2 de la vente de la collection Viviane Jutheau à Sotheby's du 14 décembre 2016, le lot 3 de la vente Malcom à Sotheby's le 22 juin 2016.

Cet intérêt atteste d'une artification non plus seulement des objets ethnographiques, mais – comme cela se voit aussi dans les autres champs artistiques (Bawin, 2014) – d'une artification du média même de l'exposition et de la mise en valeur des objets.



Fig. 21 : vue du stand de la galerie Bernard Dulon à la BRAFA 2015.



Fig. 20 : vue de l'éclairage de l'exposition *Chefs-d'œuvre d'Afrique* à la Fondation Musée Dapper.

L'usage de la vitrine est un exemple intéressant des expositions d'objets ethnographiques : les musées systématisent son utilisation, du moins pour les formats le permettant. Dans ceux-ci, l'usage de la vitrine relève bien évidemment d'une contrainte de sécurité et de conservation des objets, notamment parce que les expositions s'étendent souvent sur des périodes de plusieurs mois. La vitrine est moins utilisée dans le monde marchand, où le contact avec l'objet est au centre du désir de possession et où le sens du toucher permet de fixer certains critères de valeur (l'ancienneté ou l'authenticité, en touchant la patine par exemple). Cependant, presque totalement absente des expositions des maisons de ventes des galeries, la vitrine a fait une apparition de plus en plus remarquée dans les expositions marchandes depuis 2014. Si elle n'y sert que rarement à protéger l'objet, elle joue par contre son rôle de cadre et d'individualisation, renforçant le dispositif déployé par l'éclairage. Les marchands se retrouvent alors confrontés à un dilemme : l'utilisation de la vitrine cadre l'objet, le met en valeur et s'apparente à un dispositif muséal, ce qui crédibilise de façon générale toute l'exposition, les objets et les informations qui y sont déployés ; cependant, les potentiels acheteurs n'ont plus accès aux objets et la vitrine crée une distance entre celui-ci et le collectionneur. Ce problème est réglé de diverses manières par

les marchands, la solution la plus ingénieuse étant sûrement proposée par la galerie Bernard Dulon : les objets sont entourés des seuls montants des vitrines, sans le verre, de façon à créer l'illusion d'une vitrine (fig. 24 et 25). L'objet est ainsi mis en valeur, mais reste accessible rapidement et facilement.

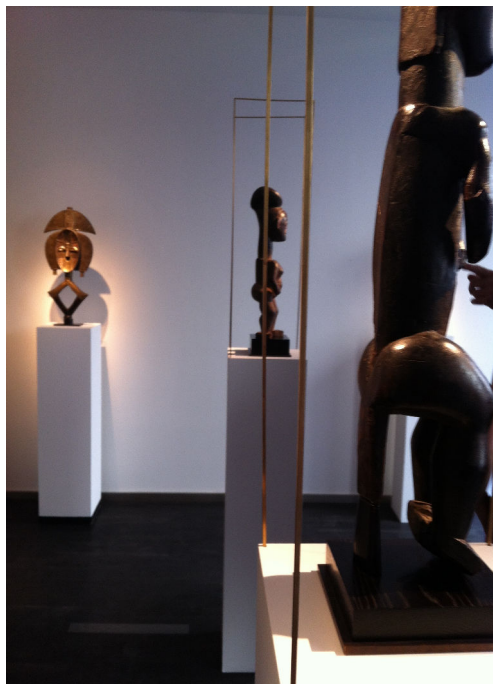


Fig. 23: vue des vitrines de la galerie Bernard Dulon au *Parcours des Mondes* 2014.



Fig. 21: vue d'une vitrine de la galerie Bernard Dulon au *Parcours des Mondes* 2015.

Il est important de noter que si les éléments scénographiques vus ci-dessus sont relativement homogènes entre musées et marchés, c'est aussi parce que leurs exécutants sont parfois les mêmes : en effet, tant les institutions muséales que marchandes ont pour habitude de sous-traiter la partie scénographique, voire muséographique, de leurs expositions à des scénographes ou architectes⁶⁹⁹. Il existe alors une mobilité des acteurs externes aux deux mondes entre l'un et l'autre et des transferts de savoir-faire indéniables, qui ont parfois pour conséquence une homogénéisation des pratiques scénographiques entre les deux sphères.

⁶⁹⁹ On observe même dans le monde muséal une véritable montée en puissance de ces corps de métiers, comme le rappelle François Mairesse (2010b: 223).

Différentes recherches ont esquissé des typologies des expositions d'objets ethnographiques, comme nous l'avons vu au premier chapitre de ce travail⁷⁰⁰, mais ces dernières ne se sont concentrées que sur les expositions de musées. En prenant en compte l'entier des moments proposés *supra*, l'ambiance créée par les décors, l'éclairage, les choix des objets, les vitrines et les parcours d'expositions peut se schématiser selon moi en trois modèles : une tendance *white/blackbox*, sur le modèle qui s'est développé dans les années soixante-dix pour l'art contemporain et qui a pour objectif d'annihiler totalement le contexte et l'environnement de l'œuvre. Ce dispositif crée un espace duquel le monde extérieur est exclu et participe au processus d'artification des objets :

« L'espace neutralisé, hors du temps et de l'espace, est le "médium alchimique" où toute marque inscrite sur cette surface sous tension qu'est le tableau prend sens. Il est l' "en puissance" de l'art » (O'doherty, 1976-1981: 8).

Notons que ce processus d'extraction de l'objet du monde extérieur s'opère autant dans des espaces très sombres que dans des espaces clairs. C'est ainsi le cas de la majorité des expositions des galeries, d'un grand nombre des expositions temporaires des musées (*Maîtres de la Côte d'Ivoire*, *Charles Ratton*), notamment lorsque celles-ci associent des objets autres qu'ethnographiques (*Color Line* ou *Éclectique*) et de la totalité des expositions de ventes aux enchères⁷⁰¹.

⁷⁰⁰ Voir *supra*, Chapitre 1, point L'exposition comme mode d'appropriation de l'altérité, p. 58 .

⁷⁰¹ Voir les annexes 6.1 à 6.3 : synthèse des données d'observation des expositions de musées, de galeries et de ventes aux enchères.



Fig. 25 : vue de l'exposition des objets de la vente Sotheby's, décembre 2015.

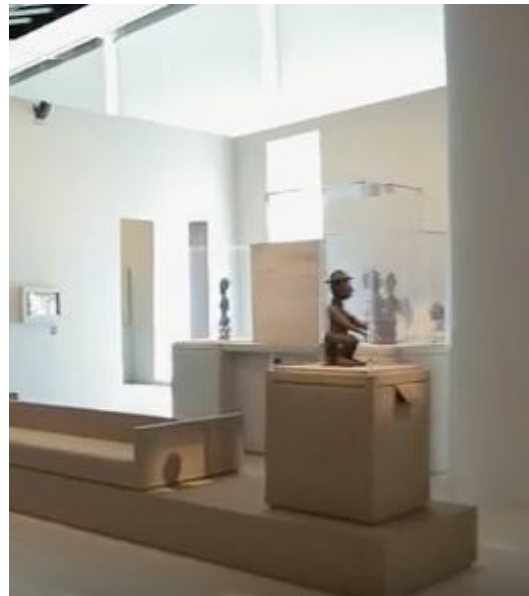


Fig. 22 : vue de l'exposition *Maîtres de la sculpture de Côte d'Ivoire*, 2015-2016.

Le deuxième modèle est celui d'une tendance *environnementale* qui, sans recréer les environnements réels d'usage des objets comme l'avait préconisé Jean Gabus, calque sur eux certaines représentations, telle celle de la jungle. À nouveau, l'espace sombre ou clair est moins central que l'ajout d'éléments décoratifs extérieurs, par opposition au modèle *white/blackbox* dont le dénuement est la caractéristique majeure. C'est ainsi le dispositif de l'exposition permanente du Musée du quai Branly-Jacques Chirac, de quelques expositions de galeristes comme Lucas Ratton, de la Fondation Musée Dapper ou du Musée Barbier-Muller. Malgré sa présence dans des musées importants et reconnus, cette tendance est bien moins répandue que le modèle *white/blackbox*⁷⁰².

⁷⁰² Voir les annexes 6.1, 6.2 et 6.3 : synthèse des données d'observation des expositions des musées, des galeries et des ventes aux enchères.



Fig. 27 : vue de la devanture de l'expositions de la galerie Lucas Ratton lors du *Parcours des Mondes 2015*.



Fig. 23 : vue du mur imprimé forêt dans l'exposition permanente du Musée du quai Branly-Jacques Chirac.

Enfin, le troisième modèle est le contre-exemple *neuchâtelois* : ancré dans un propos narratif fort, l'ambiance créée est au service de ce propos – comme le sont les objets – et ne sert ni à mettre en valeur les objets comme le dispositif de *whitecube*, ni à les insérer dans des représentations exotisantes, ni à les recontextualiser. Ainsi, la scénographie est toujours liée au propos développé, littéralement ou métaphoriquement : une banquise pour la congélation du patrimoine immatériel dans l'exposition *Hors-Champs* (3.11.2012-29.12.2013), un livre pour la présentation des gravures de l'ouvrage d'Aimé Humbert *Le Japon illustré* (20.04.2014-26.04.2015), un intérieur domestique pour décortiquer les rouages du sentiment de chez-soi dans l'exposition *Home sweet home* (13.06-29.09.2013).



Fig. 29: vue de l'exposition *Hors-Champs* dont la scénographie comportait une carte de la banquise et la reprise des maisons nordiques. Photographie MEN, Alain Germond.

On peut noter que ces typologies ne sont pas celles d'une tendance contextualisante *versus* une tendance esthétisante, les deux aspects étant souvent présents dans chacun des modèles, à des degrés divers. On peut aussi noter que mis à part le modèle *neuchâtelois*, très caractéristique du Musée d'ethnographie de Neuchâtel et ayant essaimé dans une poignée de musées seulement, le modèle *environnemental* ou du *white/blackbox* se retrouve autant du côté marchand que muséal.

Les discours et les textes

Fortement liés au parcours d'exposition et au degré de narrativité de l'exposition, discours et textes peuvent dépendre des modèles évoqués ci-dessus, mais pas seulement : ainsi, si le modèle *neuchâtelois* repose sur un propos narratif plus important, cela ne signifie pas que davantage de textes apparaissent dans l'exposition. Les expositions respectent en cela un canevas fixé par Georges Henri Rivière et repris dans la majorité des musées – Musée du quai Branly-Jacques Chirac, Musée de l'Homme, etc. – qui définit les textes d'expositions en trois niveaux, devant comprendre chacun un type d'information différent dans un nombre de signes définis : texte d'espace, texte de zone et cartels, qui peuvent être

augmentés ou simples. Parfois, les musées réduisent encore davantage ces espaces de textes, alors que du côté marchand, la tendance est au rallongement des discours : ainsi, la totalité des textes du Pavillon des Sessions du Louvre est en général bien moins conséquente que les textes présentés dans les expositions de Sotheby's, par exemple. Finalement, il est aussi fréquent dans les expositions muséales que les textes concernant les objets soient séparés des vitrines ou de l'espace d'exposition, alors que les expositions marchandes, lorsque le texte est inclus, l'exposent à côté des objets.

Les informations dispensées dans les expositions illustrent, comme l'usage des vitrines, certains glissements entre les expositions marchandes et les expositions muséales : dans tous les cas, l'objet possède un titre et une origine, l'un et l'autre pouvant parfois se confondre (fig. 31), parfois non (fig. 32) et ce au sein de la même exposition. La provenance géographique (pays), la matière et une référence (cote, numéro de lot, etc.) sont des incontournables ; on trouve ensuite parfois le trajet de l'objet après la sortie de son pays d'origine (collections, publications, expositions), la taille, des informations supplémentaires diverses concernant l'usage ou la fonction de l'objet.



Fig. 30 : cartel de l'exposition du Pavillon des Sessions.

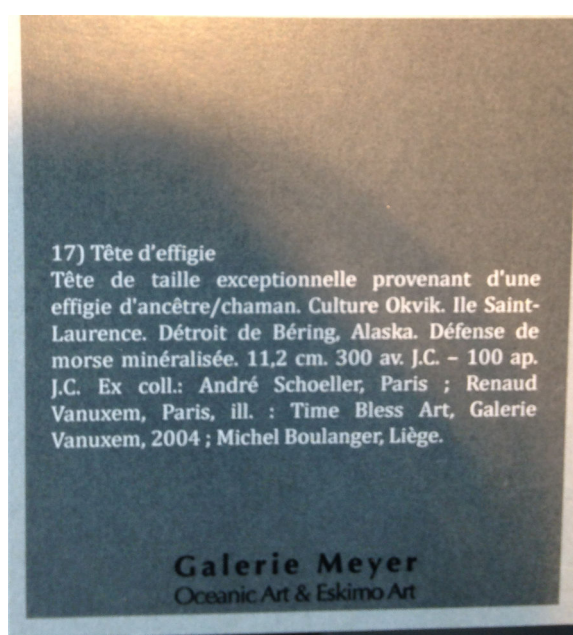


Fig. 24 : cartel de l'exposition de la galerie Meyer, Biennale de Paris 2016.

Les cartels des objets illustrent bien les problèmes du champ à définir les informations pertinentes le concernant : les provenances ethniques et géographiques sont souvent assimilées et les termes utilisés pour définir les objets font parfois référence à son type (sculpture, dessin, etc.) et parfois à sa fonction (masque rituel, etc.).

En outre, les cartels illustrent aussi l'évolution et la fixation des critères constituant le canevas de valorisation des objets : les références aux anciennes collections et au parcours de l'objet se sont systématisées, de même que la mention des matières de l'objet. Si l'histoire des collections possède une importance non négligeable au sein des institutions muséales, il était rare de voir figurer sur des cartels l'entier des trajets des objets, ces derniers privilégiant plutôt l'actuel possesseur. Preuve que le critère du *pedigree* s'est généralisé au sein du champ, aujourd'hui, la mention des anciennes collections fait partie intégrante de l'information minimale sur ces objets et ce, même dans les expositions muséales, où cette information censée apporter de la valeur sur le marché ne faisait pas sens.

L'indication de la matière, par contre, est une indication classique des cartels des objets exposés, provenant des champs de l'art classique où il est courant d'indiquer le type de peinture ou de support sur lequel l'œuvre figure. Cette indication de matière a été récupérée par les milieux marchands, qui calquent de plus en plus leurs pratiques expographiques sur les musées et donc le style de leurs cartels : la mention de patine – dont la traduction anglaise, *empowering substance*, traduit bien les enjeux (fig. 33) – figure par exemple pour désigner la matière. La patine n'est pourtant pas une matière en soi ; il s'agit par contre d'un terme fréquemment utilisé pour désigner les restes de sang, de cendres ou des autres matières indiquant que l'objet a servi, l'usage étant comme nous l'avons déjà vu⁷⁰³ un des critères majeurs du canevas de valorisation des objets.

⁷⁰³ Voir supra, Chapitre 5, point L'usage et l'ancienneté : les critères fondateurs, p. 364.

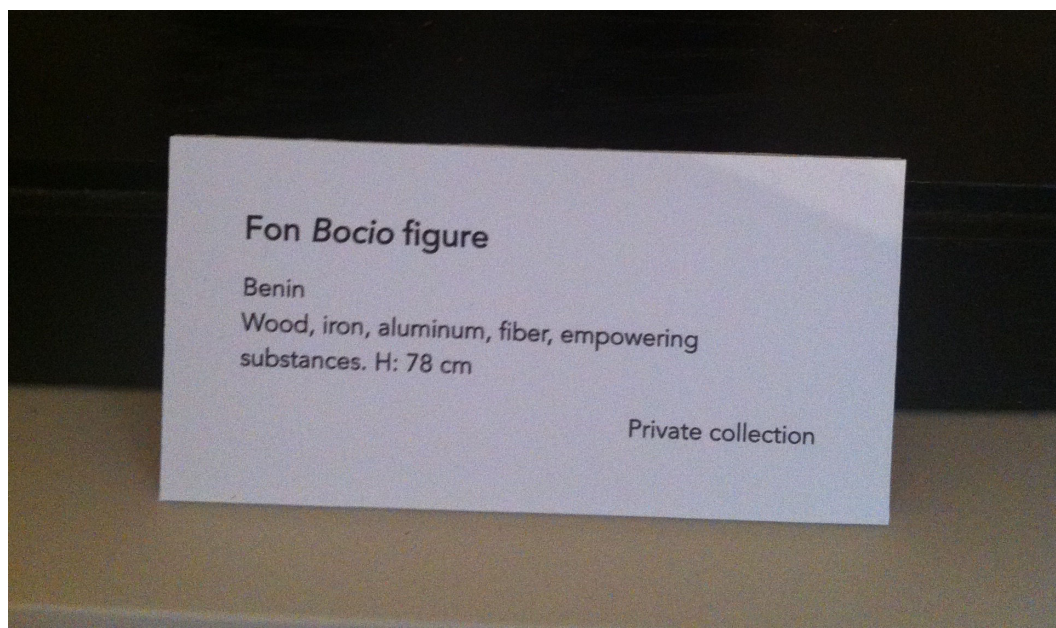


Fig. 32 : cartel de l'exposition *Uzuri wa Dunia* de Winter Bruneaf 2015.

Finally, if the exhibition labels illustrate the homogenization of practices in progress between museum and commercial exhibitions as well as the process of fixation of the criteria of value of the objects, the general texts and introduction inform about them even more on the underlying issues of the exhibition in general. Thus, the texts of the Pavilion des Sessions for example remind the political issues at the center of the exhibition of ethnographic objects⁷⁰⁴. It is that these texts are intended for a public, sometimes specific, and that to inform, to convince, or even to persuade are also objectives of the exhibition. As Marie-Sylvie Poli (2010: 9) reminds, the text gives the models of reference of the exhibition and translates at the same time « the currents of thought that the exhibition approves or those to which it opposes and the sociocultural categories of the visitors to whom the designers address in priority ».

6.2.3 Les publics : la réception

The method exposed *supra* and borrowed from theater studies invites us to consider all the individuals involved in the piece that is the exhibition:

⁷⁰⁴Voir le texte de présentation du Département sur le site internet du Musée du Louvre : « Jouissant d'un rayonnement international, il [le Pavillon des Sessions] manifeste qu'il n'y a pas plus de hiérarchie entre les arts qu'il n'y a de hiérarchie entre les peuples ». « Collections, Départements et domaines », www.louvre.fr/departements/le-pavillon-des-sessions [consulté pour la dernière fois le 1^{er} avril 2018].

concepteurs, acteurs, mais aussi spectateurs. Les publics ne sont en effet pas de simples visiteurs passifs des moments expositionnels des objets ethnographiques : comme Grotowski l'avait théorisé pour le théâtre (Borie, 2013), les publics peuvent aussi être partie prenante du jeu théâtral. Leur participation se déploie sur deux axes : l'interprétation personnelle de l'exposition par chaque visiteur, d'une part, et l'influence des publics en amont des expositions, dans la prise en compte de leurs demandes ou leurs attentes supposées, d'autre part. Ces deux axes rejoignent l'analyse des publics opérée par Helbo (1987: 87) pour le théâtre, ce dernier distinguant les stratégies productives à destination des publics et les stratégies réceptives qui concernent les processus d'interprétation, d'émotion et de réappropriation de l'exposition.

Nous avons vu jusqu'ici l'exposition comme le produit de ses concepteurs – architectes, muséographes, mais aussi tous les acteurs influençant les choix – et souligné à quel point le dispositif d'exposition est à la croisée des représentations de leurs créateurs. Cependant, Baxendall (1991) note que l'exposition est au centre d'un triptyque composé de l'artiste, des concepteurs et des publics et que le dispositif ne peut être envisagé comme unilatéral. Les publics ne sont en effet pas seulement les récepteurs d'un propos ou les réceptacles des décisions élaborées en amont, mais possèdent une marge d'interprétation, voire de réinterprétation des dispositifs, comme le rappelle Barthes (1984: 45) ou O'Doherty (1976-1981: 21) : le spectateur est l'interprète des signes typographiques présents dans la page blanche mise en espace et constituant une réserve de sens. Les publics sont donc importants dans la manière dont ils interprètent l'exposition, de façon personnelle et dépendante de nombreux facteurs : connaissances générales et spécifiques, conditions de réception, etc.

Si nous ne nous attardons pas sur chacune de ces conditions qui devraient faire l'objet d'une recherche séparée sur l'étude des publics des musées d'ethnographie et la réception de leurs expositions⁷⁰⁵, le terrain mené dans le cadre de cette

⁷⁰⁵ Pour davantage de développements sur ces questions, voir les recherches menées sur les publics en muséologie comme l'article de John Falk (2012) ou les études de public

recherche nous permet de nous arrêter quelques instants sur les stratégies productives à destination des publics développées tant du côté des musées que des marchés.

Du côté des expositions marchandes, il semble évident que de nombreuses stratégies productives existent en direction des publics, puisque l'exposition des objets vise à convaincre un public bien défini et à lui donner envie d'accorder de la valeur à ces objets. Ces stratégies relèvent de la scénographie, qui comme nous l'avons vu *supra*, se calque en partie sur certains dispositifs muséaux : cartels, imitation de vitrines, thématisation des expositions, etc. Deuxièmement, le développement des recherches effectuées sur les objets en vue de leur exposition relève aussi d'une entreprise de crédibilisation auprès du public, afin de développer et maintenir sa confiance. Finalement, les choix d'objets et d'expositions se font aussi selon les publics visés, qui peuvent être différents selon les expositions⁷⁰⁶ : dans une foire générale ou une foire dédiée aux arts africains et océaniens, les galeristes ne choisiront pas d'exposer les mêmes objets. De même, les ventes choisissent les objets à vendre selon le public attendu et visé :

« On est dans deux événements complètement différents donc ça permet de présenter, je dirais d'avoir un stock, une sélection qui peut être parallèle, similaire, il y a d'autres objets que j'ai gardés pour *Masterpiece* et donc que j'ai gardé ici. Il y a deux sélections avec un *crossover* sur peut-être 30-40% de la sélection. Parce que ce sont deux publics différents »⁷⁰⁷.

Un choix des objets qui se fait aussi du côté des musées, puisque les concepteurs s'adaptent aux attentes présumées d'un public :

« Ceci-dit, c'est vrai aussi qu'il faut être raisonnable. Je pense que l'on n'attrape pas une mouche avec du vinaigre, c'est-à-dire que le succès du quai Branly on le pose en grande partie sur la qualité des pièces que l'on a à

menées plus spécifiquement sur chaque exposition de musée, comme celle effectuée par Octave Debary et Mélanie Roustau au Musée du quai Branly Jacques Chirac (2012).

⁷⁰⁶ Voir *supra* Chapitre 4, point Le public au centre des préoccupations, p. 307.

⁷⁰⁷ Extrait d'un entretien mené avec Patrick Mestdagh à Bruxelles, le 12 juin 2015.

montrer. Enfin sur des tas de critères, mais en partie sur la qualité des pièces que l'on a à montrer. Les gens qui sont venus ont été absolument étonnés, ce qui n'était pas couru d'avance »⁷⁰⁸.

Si le musée n'attire pas le public pour vendre davantage d'objets, il est aussi soumis à des logiques économiques qui voient son évaluation faite notamment sur le nombre d'entrées : pour que ces dernières soient optimisées, les expositions doivent présenter les objets que le public peut aimer, voire s'attend à (re)voir.

Tant du côté marchand que muséal, l'exercice entre concepteurs d'expositions et publics est double : il s'agit à la fois de s'adapter aux publics visés et en même temps de convaincre ces derniers que les objets présentés ont de la valeur – ou du moins un type de valeur. La construction et la diffusion de la convention des critères de valeurs du champ se déploie lors de ces interactions et le prix que l'acheteur est prêt à payer pour acquérir l'objet est la preuve, sur le marché, que ce dernier remplit les critères de valeur propre au champ, mais aussi qu'il est crédible par rapport aux autres objets du monde de l'art. L'un des enjeux est bien entendu de valider la place des arts africains et océaniques dans le champ de l'art et plus les prix proposés sont élevés, plus la reconnaissance accordée à ces arts sera considérée comme effective⁷⁰⁹. Cet enjeu de reconnaissance par le public des arts africains et océaniques est aussi perceptible du côté du musée ; cependant, l'objet n'étant pas mis à prix, c'est le simple fait de l'exposer qui lui accorde cette reconnaissance.

Cette reconnaissance est aussi teintée d'enjeux politiques, puisque l'exposition des objets est bien souvent comparée à une « revanche » des peuples producteurs des objets sur la colonisation ou les théories évolutionnistes. Non seulement exposer les objets participe, en rendant les objets égaux, à rendre les cultures égales⁷¹⁰, mais l'entrée des objets ethnographiques dans un musée d'art national

⁷⁰⁸ Extrait d'un entretien mené avec Philippe Peltier à Neuchâtel, le 14 avril 2015.

⁷⁰⁹ Isabelle Graw (2009) montre comment les acteurs du marché de l'art considèrent le prix donné par les enchères comme « révélant la vérité artistique » des objets.

⁷¹⁰ Dans son manifeste, Jacques Kerchache (1991) explique que le refus d'ouvrir une aile du Louvre aux objets extra-occidentaux s'apparente à « un aveuglement qui n'est pas sans rappeler celui de la nuit coloniale ».

en France a été vu comme une réparation octroyée aux producteurs et anciens possesseurs de ces objets, comme nous l'avons vu pour le cas du Musée du quai Branly-Jacques Chirac⁷¹¹ :

« Il ne s'agissait pas simplement de culture mais aussi d'un geste politique et symbolique fort au sens exaltant du terme, quand les affaires d'État s'éloignent des circonstances quotidiennes, donnent un sens à l'action et offrent une certaine vision du monde. En décrétant que notre plus grand musée serait la terre d'asile de tous les arts et refuserait d'en écarter la moindre civilisation, il en finissait officiellement avec le regard convenu posé sur certains peuples. Il ne s'agissait pas d'exposer quelques trésors mais de prouver que tous les hommes ont droit à l'Histoire » (Martin-Chauffier, 2010: 6).

En effet, le discours prononcé par Jacques Chirac au moment de l'inauguration ne souffre aucune ambiguïté :

« Il était nécessaire d'imaginer un lieu original qui rende justice à l'infinie diversité des cultures, un lieu qui manifeste un autre regard sur le génie des peuples et des civilisations d'Afrique, d'Asie, d'Océanie et des Amériques. Au nom de ce sentiment de respect et de reconnaissance ».

L'exposition illustre ainsi le dédoublement des circuits de reconnaissance que nous avons vu *supra* : le marché valide par le prix accordé à l'objet leur valeur financière, attestant par là leur légitimité à être ne serait-que simplement considérés ; ce mouvement ne peut s'opérer sans l'aide du musée qui valide à son tour cette légitimité, la reconnaissance s'effectuant dans ce réseau noué entre les différents acteurs du champ.

6.3 BILAN : VERS UN BROUILLAGE DES SPÉCIFICITÉS ?

Nous avons mis en évidence la multiplicité des types d'expositions présentées dans le champ de l'objet ethnographique et les objectifs parfois très différents que

⁷¹¹ Voir *supra*, Chapitre 3, point 3.1.2 Le Musée du quai Branly-Jacques Chirac et le Pavillon des Sessions du Louvre, p. 170.

ces dernières servent. Cependant, malgré l'hétérogénéité de ces objectifs, nous avons vu que les scénographies finales se partageaient en plusieurs modèles non strictement attribuables d'un côté aux musées et de l'autre aux marchés, ce qui s'oppose aux thèses préalablement effectuées jusqu'ici sur une répartition des valeurs entre les musées et les marchés, les premiers s'attribuant un régime de communauté et les seconds un régime de singularité⁷¹².

Si l'exposition muséale a pour objectif l'éducation et la délectation des publics, nous avons vu que les musées d'ethnographie sont orientés dans leurs choix d'expositions par la rencontre d'intérêts variés au sein de l'institution, liés à la multiplication des individus et des services impliqués. Différentes logiques entrent alors en tension, donnant souvent lieu à des compromis, généralement aussi liés au positionnement et à l'identité de l'institution dans le panorama des musées d'ethnographie et dans le panorama des musées de la zone géographique (France, Belgique, Suisse). Davantage que le représentant d'un ensemble d'institutions liées à une discipline académique que serait l'ethnologie ou l'anthropologie, les musées d'ethnographie se positionnent chacun sur un segment de ce que permet l'exposition d'objets africains et océaniens (considérations artistiques, réflexions sur l'actualité, enjeux géopolitiques, etc.), cherchant à se différencier ou à se renouveler par rapport aux autres institutions, dans une logique de concurrence – il faut attirer du public –, mais aussi de complémentarité. Loin de former un ensemble homogène, les expositions d'objets ethnographiques se caractérisent par la multiplicité des possibilités scénographiques, selon l'écosystème muséographique dans lequel elles s'inscrivent.

Si cet écosystème muséographique pèse sur le choix des expositions, des objets et des dispositifs, reste que le résultat final est parfois indifférenciable, entre expositions de musées ou de marchés. Après un brouillage entre les acteurs⁷¹³, les

⁷¹² Voir *supra*, Chapitre 3, point 3.1.2 Le Musée du quai Branly-Jacques Chirac et le Pavillon des Sessions du Louvre, p. 170.

⁷¹³ Voir *supra*, Chapitre 4, point 4.4 Brouillages, p. 311.

hiérarchies⁷¹⁴ et les critères d'acquisitions ou de valorisation des objets⁷¹⁵, nous voyons avec ce dernier chapitre qu'il existe aussi un brouillage entre les dispositifs expographiques muséaux et marchands. Les scénographies ne peuvent être strictement réparties entre musées et marchés et malgré certaines spécificités muséales (accessibilité⁷¹⁶, multimédias, parcours et espaces plus structurés et plus longs), il est évident que les deux sphères s'influencent mutuellement, un constat aussi opéré par quelques acteurs du champ :

« Ce qui est très dommageable de mon point de vue, c'est qu'à ce moment-là, le musée d'art, de cultures, à voir comment vous l'appellez, finalement, d'un point de vue muséographique, rejoint absolument les galeristes, au niveau de la technicité muséale, même si l'objectif est différent »⁷¹⁷.

Les expositions permanentes des musées se fondent généralement moins sur un propos thématique ou structuré, les rapprochant des expositions marchandes ; les scénographies et les dispositifs textuels se croisent ; les savoirs-faire et les collaborateurs naviguent entre les deux sphères, participant à une certaine homogénéisation des rendus finaux⁷¹⁸. Cette vision globale du champ permet de comprendre le fonctionnement, les objectifs et la place de l'institution muséale non comme une entité autonome et indépendante, mais comme l'un des nœuds d'un rhizome complexe dans lequel les acteurs, leurs pratiques et leurs représentations se croisent régulièrement et s'interpénètrent parfois.

⁷¹⁴ *Idem.*

⁷¹⁵ Voir *supra*, Chapitre 5, point 5.4.2 La création d'une convention partagée propre au champ, p. 406.

⁷¹⁶ Il est à ce titre intéressant de noter que malgré les discours des marchands d'objets ethnographiques extrêmement focalisés sur les aspects sensoriels et expérientiels de la connaissance à l'objet, aucun dispositif spécifique n'a encore été proposé pour renforcer cet aspect.

⁷¹⁷ Extrait d'un entretien mené avec un chercheur du Musée de l'Homme à Paris, le 10 septembre 2014.

⁷¹⁸ Notons que ces emprunts ne sont pas spécifiques à notre époque, puisque déjà en son temps Théodore Delachaux empruntait aux dispositifs marchands pour concevoir ses expositions (« il est curieux de constater que l'essor et le perfectionnement des méthodes de présentation des collections nous est venu des commerçants », *Rapport du Musée d'ethnographie*, 1934, p. 109) et Jean Gabus préconisait de s'intéresser davantage aux « procédés des étalagistes dans les grands magasins, des foires industrielles, des scènes de théâtre » (Gabus, 1955: 15). Voir l'article de Valérie Sierro (2005: 323).

D'avantage que relevant d'un type d'acteur du champ, les expositions d'objets ethnographiques témoignent de modalités d'appropriation des productions matérielles d'une altérité définie, et donc par extension d'une appropriation de cette altérité même. Cette modalité d'appropriation telle qu'observée sur ce terrain de recherche montre les spécificités de son époque – artification de l'objet et de l'exposition, singularisation, etc. – tout en s'ancrant dans des considérations historiques importantes, malgré des dispositifs les gommant parfois : ainsi la large place de l'Afrique et de la sculpture dans les dispositifs étudiés témoigne d'un mode de structuration de la discipline ethnologique et ce même si le musée d'ethnographie et sa discipline ont vécu une séparation houleuse.

Finalement, les expositions ont pour conséquence, si ce n'est pour objectif avéré, de transmettre et de diffuser le cadre des conventions de valeurs des objets, tout en répondant aux enjeux cités *supra*. Envisager les expositions comme des espaces de théâtralité nous montre qu'il s'agit d'une appropriation spécifique de l'altérité : une forte centralisation sur l'Afrique, par exemple, qui bien que très marquée du côté marchand est aussi très prégnante du côté muséal ; des dispositifs individualisant les objets et/ ou favorisant leur appréhension comme des tableaux, par opposition, par exemple, aux dispositifs du début du siècle favorisant les monstrations de séries et de nombreux objets d'un même type ; une dramaturgie importante créée par l'éclairage notamment. Dans un espace performé, l'exposition crée une fiction, une histoire spécifique à notre représentation actuelle de ce que sont, de ce que nous devons en faire et de ce que doivent transmettre ces objets ethnographiques.

CONCLUSION

« Il arrive un moment où l'argent cesse d'être l'enjeu principal ».

(Lacey et Messadié, 1998: 22).

L'objectif de ce travail, comme je le rappelais en introduction, était l'observation des pratiques des médiateurs de l'objet ethnographique que sont les musées et les marchés ainsi que l'observation des situations dans lesquelles ils se retrouvent impliqués, ceci afin de comprendre la constitution de la valeur de ces objets aujourd'hui. Focalisant sur les relations, tant formelles qu'informelles, tissées entre les acteurs du champ, nous avons tiré quelques bilans, mais nous nous retrouvons aussi avec de nouvelles questions ; cette conclusion tentera de les synthétiser au mieux.

Un écosystème hétérogène

Ce travail a ancré ses racines dans une catégorisation définissant d'un côté des marchands et de l'autre des musées. Non seulement cette catégorisation était nécessaire au développement de la pensée et de l'analyse anthropologique, mais nous avons vu au chapitre 5 qu'elle était aussi créée par les acteurs eux-mêmes. Nous avons également souligné – et c'est là certainement une des conclusions majeures de ce travail – qu'un brouillage s'opère entre les acteurs du champ, leurs pratiques, leurs représentations et les événements qu'ils produisent. Ainsi, le résultat est sans appel : les individus possèdent des profils variés, et ni les représentations ni les pratiques et événements en cours dans le champ ne peuvent être répartis selon des catégories d'acteurs données.

Une catégorisation et une hiérarchisation des individus perméables

J'évoquais déjà au chapitre 3 de ce travail⁷¹⁹, lors de la définition de l'échantillon de recherche, la phrase de Raymond Corbey qui, ayant étudié le marché des objets en Afrique, avouait sa peine à catégoriser les différents acteurs impliqués ; le

⁷¹⁹ Voir *supra*, Chapitre 3, point 3.2.2 Acteurs et échantillonnage, p. 187.

chapitre 4 n'a fait que confirmer cette première impression : si nous avons mis en évidence dans cette cartographique du marché de l'art africain et océanien une hiérarchisation des marchands, nous avons surtout vu qu'elle était perméable : premièrement, les marchands possèdent des possibilités d'évolution entre les différents statuts (galeriste, galeristes *leaders*, experts, etc.) ; deuxièmement, il existe aussi une porosité des frontières entre catégories (galeriste, collectionneur, expert, marchand en chambre, etc.) et des mouvements entre professions (de collaborateur en musée à collaborateur en galerie, de conservateur à galeriste, etc.). Ainsi, la hiérarchie ne fonctionne pas en silos horizontaux étanches et fermés, de même que collectionneurs et galeristes sont parfois deux rôles endossés par la même personne en même temps ou à des temps différents : un galeriste peut avoir été conservateur de musée, ou un collaborateur d'exposition peut avoir travaillé en galerie, ou un socleur ou un scénographe peuvent travailler sur des expositions tant muséales que marchandes, etc.

Cette fragmentation des rôles et cette hétérogénéité des acteurs se retrouvent au niveau institutionnel : nous avons vu que les stratégies des musées de l'échantillon de recherche étaient variées, tant en termes d'acquisitions, d'expositions que de communication. La catégorie de « musée d'ethnographie » n'englobe ainsi pas un projet muséal homogène et les représentations des significations que doivent porter les objets conservés au sein de ces collections ne sont de loin pas unanimement partagées.

Le mélange des rôles et l'hétérogénéité des profils professionnels ne sont pas des caractéristiques du champ de l'objet ethnographique ; Isabelle Graw (2009: 101) avait déjà souligné cet aspect sur les marchés de l'art, de même que le développement de l'événementiel dans le champ ou la mise à niveau progressive des offres dans chaque secteur, que nous avons aussi observés pour l'objet ethnographique et soulignés au chapitre 4.

Un décalage entre les pratiques et les représentations

Nous avons vu dans la cartographie du marché de l'art africain et océanien que l'évolution du champ se manifestait par une forte montée de l'événementiel, composé d'expositions, de conférences, de spectacles, de vernissages, etc. Si cette recherche ne s'est volontairement pas focalisée sur les publics, comme je le

soulevais en introduction, nous avons vu que les événements brassent des publics variés ou au contraire spécifiques, mais qui naviguent entre les offres muséales et marchandes : les événements des marchés – comme, par exemple, les foires d’art – sont considérés comme des moments culturels par les consommateurs. Ce constat mériterait d’être affiné par des études de publics plus ciblées, comparant les fréquentations, attentes et comportements des publics de galeries et de musées, mais le terrain de cette recherche a déjà mis en évidence une forte porosité entre les différentes offres proposées par les musées et les marchés. Le visiteur du *Parcours des Mondes* est ainsi généralement aussi un visiteur du Musée du quai Branly, par exemple, ou les visiteurs de la Brafa fréquentent la foire pour regarder et apprendre et non pour acheter, consommant ainsi cet événement culturel au même titre qu’une exposition proposée en musée. L’objet ethnographique entre ainsi dans une catégorie de « signes consommables » (Baudrillard, 1986) .

En outre, si les stratégies des uns et des autres sont différentes et que les objectifs sont parfois diamétralement opposés, nous avons vu comment le média principal de ces événements – l’exposition – illustre les transferts de représentations, de savoir-faire et de critères de valeur des objets. Ces exemples ont montré que la séparation classiquement opérée entre des expositions esthétiques et pédagogiques était peu pertinente aujourd’hui dans le champ, de même que les registres de valeurs apposés aux objets. La dichotomie entre marchand-esthète et musée-pédagogique est dans les faits une carte composée de différents pôles (contextualiser, singulariser, exotiser, dépouiller, etc.) vers lesquels les acteurs se positionnent au gré des situations : les catégorisations sont ainsi davantage situationnelles que de fait.

Finalement, les musées d’ethnographie eux-mêmes ne répondent pas d’un même schéma et d’un même projet scientifique. Nous avons vu comme la collection, qu’elle soit muséale ou non, procède forcément d’une appropriation donnée du monde. Les musées d’ethnographie n’échappent pas à ce constat et leur mise en exposition des objets des Autres ne présente pas la diversité des cultures du monde, mais un regard que tous les acteurs impliqués dans la machinerie muséale

posent à un moment donné sur les cultures du monde. Davantage que de considérer le musée d'ethnographie comme relevant d'un projet muséal homogène et commun, il est intéressant de considérer ces institutions – et que celles-ci s'évaluent elles-mêmes – dans leur diversité historique, politique et sociale. Chacune constitue alors une pièce d'un puzzle complexe des différentes façons d'envisager et de définir le musée d'ethnographie, permettant tant à la recherche qu'aux publics d'appréhender différentes facettes et représentations véhiculées par ces objets.

Au vu de ces conclusions, il est intéressant de se demander si la définition actuelle du musée reste pertinente : la frontière entre pratiques et caractéristiques marchandes d'un côté et muséales de l'autre s'estompe parfois fortement. Pourtant, l'institution muséale garde quelques spécificités⁷²⁰ : son lien fort avec les autres institutions publiques – universités, écoles, recherche académique, etc. – que les maisons de ventes ou les galeries ne développent encore pas totalement ; un caractère permanent et un ancrage fort dans les sociétés et la vie sociale des lieux où ils sont implantés. Ces éléments sont d'ailleurs ceux qui sont le plus souvent mis en avant dans la définition officielle du musée fournie par l'ICOM et sur laquelle autant professionnels que spécialistes ne souhaitent pas revenir, comme en a témoigné le récent colloque mené à ce sujet à Paris en 2017⁷²¹.

Si la dichotomie n'existe pas dans les représentations véhiculées sur les objets ethnographiques, il pourrait être tentant de conclure qu'elle existe dans les valeurs attribuées aux objets : une valeur financière pour les marchés d'un côté, et une valeur patrimoniale pour les musées de l'autre. Le chapitre 5 nous a cependant montré comment ces deux valeurs se croisent et se construisent conjointement : les objets ne sont pas exclus des circuits économiques une fois entrés au musée puisque nous avons vu qu'ils étaient toujours évalués financièrement – avec des

⁷²⁰ Une conclusion sur laquelle je ne reviens pas non plus trop longuement, puisque je l'ai passablement développée dans un article à venir « La relation du musée au marché de l'art : panorama d'une tendance », in : Joëlle Le Marec, Jason Luckerhoff et Bernard Schiele (à venir), *Musées en mutations*, Paris : OCIM.

⁷²¹ Colloque international *Définir le musée du XXI^e siècle*, 9-11 juin 2017, Paris.

valeurs d'assurance, par exemple : même « sans prix », l'objet possède une valeur économique au sein de l'institution muséale et il est situé sur une échelle de valeur financière autant que symbolique ou patrimoniale. De l'autre côté, bien que d'importants enjeux financiers existent sur les marchés et que ceux-ci puissent être prédominants pour certains acteurs, les marchés participent pleinement à la construction de la valeur patrimoniale des objets ethnographiques : historiquement, tout d'abord, en ayant fondé dès les années trente un canon d'objets dignes d'être considérés, mais aujourd'hui aussi en documentant les objets – quels que soient les objectifs de cette documentation –, en les hiérarchisant, en fixant certains critères de valeur repris ensuite dans les musées, comme le *pedigree*.

L'étanchéité et l'hybridation des profils amènent les acteurs à collaborer sur des plans divers (expositions, publications, achats, expertises, etc.), et consacrent la valeur des objets comme le résultat d'un processus permanent de négociations entre ces acteurs, tous n'ayant pas forcément le même poids dans ce processus, comme nous l'avons vu au chapitre 4. Pourtant, si différents paradigmes de considération et de traitement des objets existent, ils se situent cependant tous sur la carte d'une intersubjectivité partagée qui permet de fixer les critères de base de valeur des objets.

Malgré la construction de cette intersubjectivité, malgré ces brouillages apparents, malgré ces collaborations soutenues et ces rôles parfois difficilement identifiables, nous n'avons fait que relever l'emploi de catégories parfois strictement définies par les acteurs interrogés et observés, et avons donc tenté de comprendre ce fossé entre pratiques et discours.

Rationaliser et justifier les critères de valeur

La deuxième conclusion la plus importante de ce travail est l'objectif de la catégorisation des acteurs au sein du champ : celle-ci est nécessaire à la construction d'un cadre de connaissances fixant les critères de valeur des objets ethnographiques. Nous avons vu au chapitre 5 comment ces critères étaient fixés et quelles étaient les spécificités du champ par rapport aux autres catégories

artistiques : le passé colonial, l'absence de signature sur les objets, la naissance du marché et l'entrée des objets dans les musées toutes deux relativement récentes, les risques de trafic illicite et le poids que les restitutions d'objets peuvent faire peser sur le champ, mais surtout le caractère incertain de ce champ. Les biens appartenant en effet à un marché en « voie de légitimation », les acteurs développent différentes stratégies de fixation des critères de valeur premièrement, puis de rationalisation de ces critères dans un second temps.

Ces pratiques ne sont pas spécifiques au champ de l'objet ethnographique et au marché de l'art africain et océanien ; le processus de *valuation*, défini comme « toute pratique sociale où la valeur ou les valeurs de quelque chose sont établies, fixées, négociées, provoquées ou maintenues »⁷²² est propre, dans les sociétés marchandes, aux situations qui posent question et qui relèvent d'une forme d'incertitude (Dewey, 1939). C'est pourquoi, dans la lignée des *valuation studies* que nous avons exposées lors de l'état de la recherche au premier chapitre, je me suis intéressée, dans le Chapitre 5, aux situations de valuation et aux structures et infrastructures mises en place par les acteurs pour remédier à ces états de questionnements et d'incertitude.

La stratégie la plus importante que nous avons identifiée pour renforcer le cadre de valuation des objets ethnographiques est très certainement le parallèle effectué avec les autres champs artistiques : l'art moderne pour justifier les jugements portés sur les caractéristiques des objets, et l'art contemporain pour justifier des fonctionnements du champ, notamment sur les marchés. Un des parallèles les plus forts relevé avec l'art contemporain est la prééminence des discours portés autour et sur les objets ; après une centralité de l'œil, le champ a vu se développer une centralité de l'oreille.

Ainsi, au centre du processus d'évaluation et de valorisation des objets se situent les mots : ce qui compte avant tout, c'est moins la matérialité de l'objet que sa

⁷²² Une définition proposée par la revue référence dans le domaine des *valuation studies* en 2013 et disponible sur leur site : <http://valuationstudies.liu.se> [consulté pour la dernière fois le 30 août 2018].

polysémie et les « prises » qu'il peut offrir, c'est-à-dire les éléments saillants ou les failles qui permettent au regardeur d'en parler, d'entrer en interaction avec l'objet et d'élaborer un discours à son sujet. L'œuvre importante est moins l'objet que l'objet accompagné de sa médiation (discours, explications, etc.), non la matérialité seule, mais l'ensemble des opérations qui mènent à ce que l'objet se retrouve dans cette situation : être regardé, là, à cet endroit, par cette personne. Cette importance du discours est certainement une des conclusions majeures de ce travail et rejoint le constat effectué par Pierre Bourdieu dans *Les règles de l'art* :

« C'est pour se convaincre d'avoir raison (ou des raisons d'aimer) qu'il a si souvent recours au commentaire, cette sorte de discours apologétique que le croyant s'adresse à lui-même » (Bourdieu, 1992: 15).

Ces stratégies discursives peuvent prendre différentes formes comme nous l'avons vu, l'exposition étant une des plus importantes. Il est intéressant de noter par ailleurs que ces stratégies discursives existent malgré de nombreux appels, justement, à dépouiller les objets de tout commentaire : le commentaire est là, différemment exprimé, par des scénographies, des éclairages, des textes, etc. Il sert à créer et à fixer les critères de valeur, autant qu'à les diffuser et à convaincre – et se convaincre – qu'ils sont pertinents et cohérents. Ces stratégies discursives forcent les acteurs, notamment des marchés, à documenter les objets et à étendre leurs connaissances à leur sujet – peu importe le type de connaissance – et à mettre en valeur ces connaissances. L'économie des objets se double donc d'une économie de la connaissance, entendue comme les discours possibles sur l'objet, qui parfois même supplante les échanges matériels. L'enjeu, comme nous l'avons vu, est de prendre une place dominante dans la hiérarchie de légitimation du champ, les circuits de reconnaissance étant encore en pleine définition dans ce champ en construction. L'importance de l'information prend ainsi une telle importance qu'elle supplante parfois la matérialité de l'objet ; les musées deviennent alors davantage des conservatoires d'informations que des gardiens d'objets.

Enfin, le préambule de ce travail attirait notre attention sur la difficulté principale de ce champ à définir son objet : il n'existe en effet aujourd'hui pas de dispositifs catégoriels capables d'embrasser toutes les facettes des enjeux passés et actuels des objets que j'ai désignés tout au long de cette recherche par le terme « ethnographiques ». Ce terme désigne un ensemble hétéroclite d'objets correspondant à certains critères de constitution des collections – tant privées que publiques – du début du 20^e siècle, puis aux réajustements successifs de ces collections, influencées par des contextes politiques, sociaux, économiques et moraux changeants. Ainsi, je ne me suis pas intéressée directement aux musées américains ou anglais et leurs relations avec le marché de l'art africain et océanien, des échanges qui fourniraient sans aucun doute une perspective élargie et ouvriraient encore l'analyse à de nouvelles possibilités développées par les acteurs pour structurer les processus de valuation.

Les objets concernés, étudiés dans la zone géographique et la limite temporelle que j'ai définie pour cette thèse, mettent en lumière les processus de qualification, déqualification et requalification que tous les objets subissent au cours de leur parcours, particulièrement dans les collections privées ou publiques. L'objet ethnographique doit être Autre : mais quand et comment ? Et par rapport à qui ou à quoi ? C'est ce que ce travail a mis en évidence en montrant comment les marchés et les musées sont inextricablement liés : soumis à des mouvements d'« import-export » dans ou hors de ces catégories, les objets ethnographiques sont au centre de négociations à l'œuvre entre les institutions muséales et les marchés. Ils sont les témoins des mutations en cours dans les institutions muséales autant que des débats autour des paradigmes muséaux et du rôle et de la place des musées d'ethnographie dans nos sociétés aujourd'hui. Comme l'introduction le soulignait, ce travail n'avait pas pour objectif de formuler des prescriptions ou des jugements, ni une prise de position dans les débats passés ou en cours dans le champ. Il ne prétendait pas non plus définir l'Art, ni savoir comment l'objet ethnographique devait l'intégrer. Son ambition était de montrer aux uns et aux autres, les raisons des uns et des autres.

INDEX

A

Agency · 61, 245
Amérique du Nord · 29, 38, 108, 232, 285
Amérique du Sud · 24, 26, 232, 285
Ancienneté · 25, 29, 98, 361, 362, 363, 364, 371, 372, 373, 392, 421, 436
Angola · 102, 104, 115, 131, 427
Appadurai, Arjun · 59, 64, 69
Appropriation · 58, 71, 74, 116, 129, 134, 409, 410, 444, 450
Archéologie · 29, 97, 107, 111, 112, 143, 162, 234, 343
Art · 28, 29, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 48, 49, 50, 64, 71, 74, 81, 117, 121, 128, 133, 140, 144, 150, 160, 165, 166, 169, 173, 179, 314, 357
Art premier · 24, 26, 27, 28, 48, 289, 343
Art primitif · *Voir* Art premier

B

Beauté · 42, 361
Biennale de Paris · 194, 230, 236, 283, 290, 292, 294, 298, 299, 332
Boas, Franz · 37, 43, 44, 108
Bourdieu, Pierre · 39, 43, 92, 375, 381
BRAFA · 25, 194, 230, 235, 236, 283, 284, 291, 293, 298, 299, 306, 328, 330, 337, 422
BRUNEAUF · 194, 195, 278, 283, 284, 285, 286, 288, 290, 295, 297, 298, 299, 301, 328, 329, 330, 333, 422

C

Carré, Louis · 100, 129, 131
Cazaumayou, Sophie · 30, 361, 368
Christie's · 29, 137, 152, 177, 187, 197, 201, 227, 229, 252, 253, 266, 272, 275, 304, 413
Christie's · 147, 155
Clifford, James · 39, 56, 57, 123, 128, 134
Colonie(s) · 57, 94, 95, 109, 139, 141, 145, 146
Congo · 94, 108, 120, 136, 145, 146, 147, 427, 428
Côte d'Ivoire · 65, 108, 136, 428
Curiosité · 26, 93, 97

D

Davallon, Jean · 49, 50, 51, 301, 302, 410
Delachaux, Théodore · 102, 103, 111, 115, 117, 122, 131, 132

Derlon, Brigitte · 26, 30, 43, 58, 63, 128, 182, 215, 245, 260, 362, 363, 373, 409
Didactique · 57, 96, 110, 114, 115, 116, 117, 121, 142
Dispositif · 46, 47, 49, 54, 57, 69, 70, 74, 87, 95, 117, 125, 139, 195, 197, 198, 202, 306, 330, 396, 407, 410, 411, 415, 424, 431, 436, 439, 449, 450

E

Échange · 36, 59, 63, 69, 70, 73, 79, 134, 149, 183, 215, 325, 332, 337, 395, 403
Esthétique · 38, 41, 42, 43, 110, 117, 118, 120, 130, 143, 165, 169, 215, 360, 369, 391, 399
Estoile, Benoît de l' · 40, 46, 47, 51, 57, 75, 89, 106, 113
États-Unis · 134, 135, 136, 138, 139, 140, 141, 150, 155, 156, 225, 226, 227, 228, 232, 295
Europe · 24, 29, 120, 133, 137, 156, 159, 182, 232, 233, 253, 287
Exposition universelle · 93, 94, 95, 96, 107, 160, 235

F

Fénéon, Félix · 131, 135
Fossey, Estelle · 66, 125, 127, 129, 133, 138, 161, 175, 179, 182, 232, 263, 361, 363, 372, 391

G

Gell, Alfred · 43, 61, 79, 88, 244
Guillaume, Paul · 26, 125, 127, 131, 137

H

Heinich, Nathalie · 43, 48, 60, 170, 196, 203, 347, 359, 388, 406

I

ICOM · 71, 84, 134, 149, 157, 164, 185, 188, 301, 313, 321, 327, 341

J

Jeudy-Ballini, Monique · 26, 30, 43, 58, 63, 128, 182, 213, 215, 245, 260, 342, 363, 373, 374, 409

L

Leiris, Michel · 105, 106, 142
Leroi-Gourhan, André · 38, 41, 418
Lévi-Strauss, Claude · 75, 171, 175, 418

M

Mairesse, François · 54, 67, 68, 73, 83, 138, 196, 360, 410
Mission Dakar-Djibouti · 104, 106, 109, 131
Moulin, Raymonde · 43, 64, 65, 92, 125, 128, 138, 261, 275, 357
Murphy, Maureen · 47, 123, 139, 161
Musée d'ethnographie de Neuchâtel · 140, 183, 194, 314
Musée d'ethnographie du Trocadéro · 57, 97, 131, 141
Musée d'ethnographie de Genève · 176, 194, 208, 314, 326, 412, 430
Musée d'ethnographie de Neuchâtel · 50, 102, 103, 114, 143, 167, 176, 209, 214, 303, 315, 318, 323, 412, 416, 419, 432, 434, 440
Musée d'ethnographie du Trocadéro · 95, 97, 112, 116
Musée Dapper · 136, 188, 303, 332, 333, 412, 426, 434, 439
Musée de l'Homme · 42, 46, 57, 116, 118, 131, 140, 143, 159, 166, 167, 168, 171, 210, 303, 313, 314, 323, 412, 416, 417, 420, 432, 441
Musée du Cinquantenaire · 94, 108, 320
Musée du Congo · 107, 119
Musée du Congo belge · 107, 108, 144
Musée du Louvre · 29, 38, 135, 167, 168, 169, 176, 210, 315, 412, 441
Musée du quai Branly-Jacques Chirac · 27, 38, 45, 130, 159, 161, 164, 168, 169, 171, 172, 173, 175, 176, 182, 211, 226, 232, 245, 247, 268, 303, 313, 314, 317, 318, 319, 320, 326, 330, 331, 333, 334, 337, 343, 345, 368, 371, 412, 416, 425, 426, 432, 434, 439, 447
Musée royal de l'Afrique centrale · 46, 94, 144, 176, 194, 207, 210, 234, 299, 300, 303, 306, 314, 317, 334, 426
Musées royaux d'art et d'histoire · 108
Muséum d'histoire naturelle de Paris · 112, 114

P

Parcours des Mondes · 194, 285, 286, 287, 288, 289, 299, 301, 332, 422
Pavillon des Sessions · *Voir* Musée du Louvre
Pomian, Krzysztof · 63, 138, 262, 264, 304, 358, 400

Prix · 64, 66, 69, 70, 177, 227, 228, 233, 257, 258, 266, 267, 268, 270, 272, 276, 335, 358, 359, 373, 374, 377, 381, 386, 398, 447
Publics · 43, 232, 292, 301, 305, 306, 307, 308, 310, 338, 411, 417, 425, 444, 445, 446, 448

R

Ratton, Charles · 100, 107, 125, 131, 133
Registre de valeur · *Voir* Valeur
Rivet, Paul · 104, 113, 114, 116, 131, 143, 165, 167
Rivière, Georges Henri · 83, 104, 113, 114, 116, 118, 131, 144, 165
Rubinstein, Helena · 135, 136, 158, 177

S

Sciences naturelles · 108, 109, 110, 112, 114
Sotheby's · 137, 155, 178, 187, 197, 201, 227, 228, 252, 253, 255, 266, 269, 272, 275, 280, 298, 304, 308, 311, 413, 441

T

Trafic illicite · 66, 72, 135, 147, 148, 149, 154, 156, 157, 158, 175, 321
Tribal · *See* Art premier

U

UNESCO · 134, 147, 148, 154, 155, 157
Unidroit · 147, 148, 149, 153, 154

V

Valeur · 45, 48, 52, 59, 60, 63, 64, 65, 67, 69, 70, 73, 98, 119, 125, 132, 133, 143, 146, 151, 165, 211, 258, 271, 312, 334, 338, 346, 357, 358, 359, 360, 361, 363, 367, 369, 372, 373, 377, 379, 380, 381, 386, 391, 395, 397, 402, 403, 405, 421, 435, 443, 446, 448
Vente aux enchères · 65, 94, 97, 99, 126, 134, 136, 175, 177, 187, 197, 201, 227, 230, 234, 235, 247, 248, 251, 253, 255, 257, 266, 268, 270, 272, 279, 280, 303, 304, 305, 309, 341, 375, 376, 377, 405, 411, 412, 413, 416, 422, 432, 434
Vérité, Pierre · 131, 133, 177, 391

BIBLIOGRAPHIE

ABELÈS, Marc

1995. "Pour une anthropologie des institutions". *L'Homme*, p. 65-85.

AGAMBEN, Giorgio

2007. *Qu'est-ce qu'un dispositif?* Paris : Payot & Rivages. 49 p.

ALPERS, Svetlana

1991. "The museum as a way of seeing", in : Ivan KARP et Steven LAVINE (éd.), *Exhibiting cultures: the poetics and politics of museum display*, p. 25-32. Washington : Smithsonian Institution.

ALTSHULER, Bruce

2008. *Salon to Biennial: exhibitions that made art history*. London : Phaidon. p.

AMROUCHE, Pierre

1987-1988. "Objets et collections d'art primitif: réflexion sur les variations du goût de 1890 à nos jours". *Anthropologie de l'art, formes et significations*, p. 44-49.

ANONYME

1970. "First Words". *African Arts*, p. 1-2.

APPADURAI, Arjun et KOPYTOFF, Igor

1986 [2014]. *The social life of things : commodities in cultural perspective*. Cambridge : Cambridge University Press. 329 p.

ARCHER-STRAW, Pétrine

2000. *Negrophilia: avant-garde Paris and black culture in the 1920s*. Londres : Thames and Hudson. 200 p.

BAL, Mieke

1994. "Telling objects: a narrative perspective on collecting", in : John; Cardinal ELSNER, Roger (éd.), *The culture of collecting*, p. 97-115. Londres : Reaktion Books.

BARTHES, Roland

1984. "La mort de l'auteur", in : (éd.), *Le bruissement de la langue: essais critiques*, p. 63-69. Paris : Le Seuil.

BASTIDE, Roger

1977. *Art et société*. Paris : Payot. 211 p. (Bibliothèque scientifique).

BAUMOL, William et BOWEN, William

1966. *Performing arts: the economic dilemma: a study of problems common to theater, opera, music and dance*. New York : The Twentieth century fund. 582 p.

- BAWIN, Julie
2014. *L'artiste commissaire: entre posture critique, jeu créatif et valeur ajoutée*. Paris : Archives contemporaines. 293 p.
- BAXANDALL, Michael
1991. "Exhibiting Intention: Some Preconditions of the Visual Display of Culturally Purposeful Objects", in : Ivan KARP et Steven LAVINE (éd.), *Exhibiting cultures: the poetics and politics of museum display*, p. 33-41. Washington : Smithsonian Institution.
- BAZIN, Jean
2008. *Des clous dans la Joconde: l'anthropologie autrement*. Toulouse : Anacharsis. 599 p.
- BECK, Ulrich
2001 [1986]. *La société du risque: sur la voie d'une autre modernité*. Paris : Flammarion 521 p.
- BECKER, Howard Saul
2002. *Les ficelles du métier: comment conduire sa recherche en sciences sociales*. Paris : La Découverte. 352 p.
- BECKER, Howard Saul, MENGER, Pierre-Michel et BOUNIORT, Jeanne
1988. *Les mondes de l'art*. Paris : Flammarion. 379 p. (Art, histoire, société).
- BELTING, Hans
2004. *Pour une anthropologie des images*. Paris : Gallimard. 351 p. (Le Temps des images).
- BENHAMOU, Françoise
2003. "L'économie des musées d'art: un état de la question". *Culture et Musées*, p. 35-52.
- BENHAMOU, Françoise
2011. *L'économie de la culture*. Paris : La Découverte. 126 p. (Repères).
- BENNETT, Tony
1988. "The Exhibitionary Complex". *New Formations*, p. 73-102.
- BENTHALL, Jonathan
1987. "Ethnographic Museums and the Art Market". *Anthropology Today*, p. 9-13.
- BERNAND, Carmen
2007. "Aimer Branly?". *Le Débat: le moment du quai Branly*, p. 164-168.

- BERNSTEIN, Leonard
1976. *The unanswered question: six talks at Harvard*. Cambridge : Harvard University Press. 428 p. (The Charles Eliot Norton Lectures).
- BEUSCART, Jean-Samuel et PEERBAYE, Ashveen
2006. "Histoire des dispositifs". *Terrains et travaux*, p. 3-15.
- BLANCKAERT, Claude
2015. *Le musée de l'Homme: histoire d'un musée laboratoire*. Paris : Artlys. 287 p.
- BOAS, Franz
1955. *Primitive art*. New York : Dover, cop. 372 p. [Primitive art].
- BOIX MANSILLA, Veronica
2006. "Interdisciplinary work at the frontier: an empirical examination of experts interdisciplinarity". *Issues in Integrative studies*, p. 1-31.
- BOLTANSKI, Luc et ESQUERRE, Arnaud
2014. "La "collection", une forme neuve du capitalisme. La mise en valeur économique du passé et ses effets". *Les Temps modernes*, p. 5-72.
- BONNAIN DULON, Rolande
2001. "Enchères et émotions ". *Ethnologie française*, p. 511-526.
- BONNAIN-DULON, Rolande
2001. *L'empire des masques*. Paris : Stock. 422 p.
- BONNAIN-DULON, Rolande
2005. "Art primitif: prix du désir, prix de l'objet". *Ethnologie française*, p. 401-409.
- BONNAIN-DULON, Rolande
2013. ""Authenticité" et faux dans les arts premiers", in : Gérard BÉAUR, Hubert BONIN et Claire LEMERCIER (éd.), *Fraude, contrefaçon et contrebande de l'Antiquité à nos jours*, p. 183-197. Genève : Librairie Droz. (Publications d'histoire économique et sociale internationale).
- BONNOT, Thierry
2014. *L'attachement aux choses*. Paris : CNRS Editions. 239 p.
- BORIE, Monique
2013. "L'acteur Grotowskien: médiateur et héros culturel", in : Jaroslaw FRET (éd.), *L'anthropologie théâtrale selon Jerzy Grotowski*, p. 293-301. Paris : Editions de l'Amandier.

BOURDIEU, Pierre

1979. *La distinction: critique sociale du jugement*. Paris : Les Editions de Minuit. 670 p. (Le sens commun).

BOURDIEU, Pierre

1980. "Mais qui a créé les créateurs?", in : (éd.), *Questions de sociologie*, p. 207-221. Paris : Editions de Minuit.

BOURDIEU, Pierre

2003. "L'objectivation participante". *Actes de la recherche en sciences sociales*, p. 43-58.

BOURDIEU, Pierre et DARBEL, Alain

2001 [1969]. *L'amour de l'art: les musées d'art européens et leur public*. Paris : Les Editions de Minuit. 251 p. (Le sens commun).

BOURSIQUOT, Fabienne

2014. "Musées et anthropologie, chronique d'une séparation". *Anthropologie et sociétés*, p. 309-323.

BOYER, Alain-Michel

2009. *Les Arts d'Afrique*. Paris : Hazan. 383 p. (Guide des arts).

BROWN, Karen

2018. "EU-LAC-Museums. Museums and community : concepts, experiences and sustainability in Europe, Latin America and the Caribbean", in : Raffaella RIVA (éd.), *Ecomuseums and Cultural Landscapes. State of the Art and Future Prospects*, p. 364-365. Santarcangelo di Romagna : Maggioli Editore.

BURTON, John

1992. "Representing Africa: colonial anthropology revisited". *Journal of Asian and African studies*, p. 181-201.

CALLON, Michel

1986. "Eléments pour une sociologie de la traduction: la domestication des coquilles Saint-Jacques et des marins pêcheurs dans la baie de Saint-Brieux". *L'Année sociologique*, p. 169-208.

CALLON, Michel

2017. *L'emprise des marchés: comprendre leur fonctionnement pour pouvoir les changer*. Paris : La Découverte. 501 p.

CALTAGIRONE, Benedetto

1988. "Le séjour en Ethiopie de la mission Daka-Djibouti". *Gradhiva*, p. 3-11.

- CAMERON, Duncan
1968. "A viewpoint: the museum as a communication system and implications for museum education". *Curator*, p. 33-40.
- CANDELA, Guido, CASTELLANI, Massimiliano et PATTITONI, Pierpaolo
2012. "Tribal art market: signs and signals". *Journal of cultural economics*, p. 289-308.
- CARPENTER, Edmund
1983. *In the middle: the Eskimos today*. Boston : David Godine.
- CASTELNUOVO, Enriquo
1976. "L'histoire sociale de l'art: un bilan provisoire". *Actes de la recherche en sciences sociales*, p. 63-75.
- CAZAUMAYOU, Sophie
2009. *Objets d'Océanie: regard sur le marché de l'art primitif en France*. Paris : L'Harmattan. 275 p. (Mondes océaniens).
- CHAPOULIE, Jean-Michel
1973. "Sur l'analyse sociologique des groupes professionnels". *Revue française de sociologie*, p. 86-114.
- CHARLIER, Philippe et HUGUES, Peeters
1999. "Contribution à une théorie du dispositif". *Hermès*, p. 15-23.
- CHASLIN, François
2007. "L'arche de Nouvel et les mythes du cargo". *Le Débat: le moment du quai Branly*, p. 40-56.
- CHAUMIER, Serge
2012. *Traité d'expologie: les écritures de l'exposition*. Paris : La Documentation française. 112 p. (Musées-Mondes).
- CHOAY, Françoise
2007. "Un nouveau Luna Park était-il nécessaire?". *Le Débat: le moment du quai Branly*, p. 57-64.
- CHOMSKY, Noam
2009. *Le langage et la pensée*. Paris : Payot. 325 p.
- CHUBIN, Daryl, PORTER, Alan, ROSSINI, Frederik[et al.]
1986. *Interdisciplinarity analysis and research*. Lomond : Mt. Airy. 482 p.
- CLAERHOUT, Adriaan
1965. "Discussion of a problem posed by Adriaan G. H. Claerhout: the concept of primitive applied to art". *Current Anthropology*, p. 432-438.

- CLERC, Philippe
2011. "Christie's et Sotheby's en Suisse", in : Sébastien GUEX et Paul-André JACCARD (éd.), *Le marché de l'art en Suisse du XIXe siècle à nos jours*, p. 177-192. Lausanne; Zurich : SIK ISEA.
- CLIFFORD, James
1996. *Malaise dans la culture*. Paris : Ecole nationale supérieure des Beaux-Arts. 389 p.
- CLIFFORD, James
2007. "Le quai Branly en construction". *Le Débat: le moment du quai Branly*, p. 29-39.
- COLARDELLE, Michel
2002. *Réinventer un musée: le Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée à Marseille*. Paris : Réunion des musées nationaux. 192 p.
- COLLECTIF
1983. *Le livre des expositions universelles: 1851-1989*. Paris : Editions des Arts décoratifs. 352 p.
- CONNELLY, Frances
1995. *The sleep of reason: primitivism in modern european art and aesthetics 1725-1907*. University Park Pa. : University of Pennsylvania Press. 154 p.
- CORBEY, Raymond
1999. "African Art in Brussels". *Anthropology Today*, p. 11-16.
- CORBEY, Raymond
2000. *Tribal art traffic: a chronicle of taste, trade and desire in colonial and post-colonial times*. Amsterdam : Royal Tropical Institute. 255 p.
- CORM, Georges
2009. *L'Europe et le mythe de l'Occident: la construction d'une histoire*. Paris : La Découverte. 320 p. (Cahiers libres)
- COUTTENIER, Marteen
2005. *Congo tentoongesteld. Een geschiedenis van de Belgische antropologie en het museum van Tervuren*. Bruxelles : Acco; MRAC. 445 p.
- COUTTENIER, Marteen
2015. "One speaks softly, like in a sacred place: collecting, studying and exhibiting congolose artefacts as african art in Belgium". *Journal of art historiography*, p. 1-40.

CROMBOIS, Jean-François
1997. "Le Congo et l'ethnographie: colonialisme, sociologie et ethnologie en Belgique avant 1914". *Civilisations*, p. 55-84.

DAGEN, Philippe
1998. *Le peintre, le poète, le sauvage: les voies du primitivisme dans l'art français*. Paris : Flammarion. 285 p.

DAIX, Pierre
1998. *Pour une histoire culturelle de l'art moderne: le XXe siècle*. Paris : Odile Jacob. 385 p.

DARBY, Michael et KARNI, Edi
1973. "Free competition and the optimal amount of fraud". *The Journal of Law and Economics*, p. 67-88.

DAVALLON, Jean
1986. *Claquemurer, pour ainsi dire, tout l'univers. La mise en exposition*. Paris : Expo Média. 302 p.

DAVALLON, Jean
1997. "L'évolution du rôle des musées". *La Lettre de l'OCIM*, p. 4-8.

DAVALLON, Jean
1999. *L'exposition à l'oeuvre*. Paris : L'Harmattan. 378 p.

DAVALLON, Jean
2002. "Les objets ethnologiques peuvent-ils devenir des objets de patrimoine?", in : Marc-Olivier GONSETH, Jacques HAINARD et Roland KAEHR (éd.), *Le Musée cannibale*, p. 169-187. Neuchâtel : Musée d'ethnographie.

DEBAENE, Vincent
2006. "Etudier des états de conscience: la réinvention du terrain par l'ethnologie". *L'Homme*, p. 7-62.

DEBARY, Octave et ROUSTAN, Mélanie
2012. *Voyage au musée du quai Branly*. Paris : La documentation française. 71 p.

DELOCHE, Bernard
1985. *Museologica: contradictions et logique du musée*. Lyon : Institut interdisciplinaire d'études épistémologiques. 202 p.

DELOCHE, Bernard
2015. "Pour une muséologie contractuelle". *Icofom Study Series*, p. 83-94.

- DELPUECH, André
2016. "Un marché de l'art précolombien en plein questionnement". *Les nouvelles de l'archéologie*, p. 43-50.
- DÉOTTE, Jean-Louis
2011. "Le musée n'est pas un dispositif". *Cahiers philosophiques*, p. 9-22.
- DÉOTTE, Jean-Louis et HUYGHE, Pierre-Damien
1998. *Le jeu de l'exposition*. Paris : l'Harmattan. 249 p.
- DERLON, Brigitte et JEUDY-BALLINI, Monique
2008. *La passion de l'art primitif: enquête sur les collectionneurs d'art premier*. Paris : Gallimard. 322 p.
- DERLON, Brigitte et JEUDY-BALLINI, Monique
2010. "L'art d'Alfred Gell: De quelques raisons d'un désenchantement". *L'Homme*, p. 167-184.
- DERLON, Brigitte et JEUDY-BALLINI, Monique
2015. *L'art en transfert*. Paris : L'Herne. 159 p. (Cahiers d'anthropologie sociale)
- DESCOLA, Philippe
2007. "Passage de témoins". *Le Débat: le moment du quai Branly*, p. 136-153.
- DESCOLA, Philippe
2009. "L'envers du visible: ontologie et iconologie", in : Thierry DUFRENE et Anne-Christine TAYLOR (éd.), *Cannibalismes disciplinaires: quand l'histoire de l'art et l'anthropologie se rencontrent*, p. 25-36. Paris : INHA ; Musée du quai Branly.
- DESCOLA, Philippe et KIRSCH, Marc
2008. "Claude Lévi-Strauss vu par Philippe Descola". *La Lettre du Collège de France*, p. 29-33.
- DESVALLÉES, André
1990. "L'anthropologie donnée à voir... et à comprendre". *Bulletin de l'Association française des anthropologues*, p. 11-25.
- DESVALLÉES, André
2007. *Quai Branly: un miroir aux alouettes? A propos d'ethnographie et d'arts premiers*. Paris : L'Harmattan. 196 p.
- DESVALLÉES, André et MAIRESSE, François
2005. "Sur la muséologie". *Culture et Musées*, p. 131-155.

DEWEY, John

1939. "Theory of valuation". *International encyclopedia of Unified Science*, p. 1-67.

DIAS, Nélia

1989. "Série de crânes et armées de squelettes: Les collections anthropologiques en France dans la seconde moitié du XIXe siècle". *Bulletins et mémoires de la Société d'anthropologie de Paris*, p. 203-230.

DIAS, Nélia

1991. *Le musée d'ethnographie du Trocadéro (1878-1908): anthropologie et muséologie en France*. Paris : Editions du CNRS. 310 p.

DOYEN, Audrey

2015. "L'objet ethnographique entre marchés et musées: cartographie de quelques enjeux". *Icofom Study Series*, p. 95-106.

DOYEN, Audrey

2017. "Les mises en scène de l'objet ethnographique: lieu du politique?", in : Collectif DAEM (éd.), *Arts et médias: lieux du politique?*, p. 47-54. Paris : L'Harmattan.

DOYEN, Audrey et REUBI, Serge

2017. "Les réseaux de donateurs et de marchands des musées ethnographiques suisses dans les processus d'acquisition: définir le savant et construire la ville", in : Andrea BRAIT et Anja FRÜH (éd.), *Lieux des négociations politiques de l'histoire: l'évolution des musées d'ethnographie et d'histoire*, p. 91-107. Bâle : Schwabe; Société suisse d'histoire.

DROUGUET, Noémie et GOB, André

2010. *La muséologie: histoire, développements, enjeux actuels*. Paris : Armand Colin. 317 p.

DUBUC, Elise

1998. "Le futur antérieur du musée de l'Homme". *Gradhiva*, p. 71-92.

DUBUC, Elise

2002. "Entre l'art et l'autre: l'émergence du sujet", in : Marc-Olivier GONSETH, Jacques HAINARD et Roland KAEHR (éd.), *Le Musée cannibale*, Neuchâtel : Musée d'ethnographie.

DUNCAN, Carol

1991. "Art museums and the ritual of citizenship", in : Ivan KARP et Steven LAVINE (éd.), *Exhibiting cultures: the poetics and politics of museum display*, Washington : Smithsonian Books.

- DUNCAN, Carol et WALLACH, Alan
1978. "The Museum of modern art as late capitalist ritual: an iconographic analysis". *Marxist perspectives*, p. 28-51.
- DUNCAN, Carol et WALLACH, Alan
1980. "The Universal Survey Museum". *Art History*, p. 448-469.
- DUPAIGNE, Bernard
2006. *Le scandale des arts premiers: la véritable histoire du nouveau musée du quai Branly*. Paris : Mille et une nuits. 262 p.
- DUPUIS, Annie
1999. "A propos de souvenirs inédits de Denise Paulme et Michel Leiris sur la création du musée de l'Homme en 1936". *Cahiers d'études africaines*, p. 511-538.
- DUPUY, Jean-Pierre, EYMAR-DUVERNAY, François, FAVEREAU, Olivier[et al.]
1989. "L'économie des conventions: Introduction". *Revue économique*, p. 141-145.
- DURET-ROBERT, François
1975. "Fictions de l'authenticité: réalités de l'expertise". *Connaissance des arts*, p. 106-138.
- DUVIGNAUD, Jean
1965. *Sociologie du théâtre: essai sur les ombres collectives*. Paris : Presses universitaires de France. 588 p.
- EMIRBAYER, Mustafa et MISCHÉ, Ann
1998. "What is agency?". *American journal of sociology*, p. 962-1023.
- ESPAGNE, Michel
2009. *L'histoire de l'art comme transfert culturel: l'itinéraire d'Anton Springer*. Paris : Belin. 303 p.
- ESPAGNE, Michel et WERNER, Michael
1987. "La construction d'une référence culturelle allemande en France: genèse et histoire (1750-1914)". *Annales ESC*, p. 969-992.
- ESTIVALET, Lucille
2002. "La réception de l'art tribal dans les années vingt en France", in : Valérie DUPONT (éd.), *Tribus contemporaines: explorations exotiques des artistes d'Occident*, p. 86-97. Dijon : Editions universitaires de Dijon.
- ESTOILE, Benoît de l'
2007a. "L'oubli de l'héritage colonial". *Le Débat: le moment du quai Branly*, p. 91-99.

- ESTOILE, Benoît de l'
2007b. *Le goût des autres: de l'exposition coloniale aux arts premiers*. Paris : Flammarion. 453 p.
- EVANS-PRITCHARD, Edward
1958 [1937]. *Witchcraft: oracles and magic among the Azande*. Oxford : Clarendon Press. 558 p.
- EXPOSITIONS, Comité français des et COLONIALES, Comité national des expositions
1937. *Cinquantenaire: 1885-1935*. Asnières : S.I.M.A.G. p.
- EZRATI, Jean-Jacques et MERLEAU-PONTY, Claire
2005. *L'exposition: théorique et pratique*. Paris : l'Harmattan. 204 p.
- FABIAN, Johannes
1983. *Time and the Other: how anthropology makes its objects*. New York : Columbia University Press. 205 p.
- FAITH, Nicholas
1991. *Sold: the revolution in the art market*. Londres : Hamish Hamilton. 256 p.
- FALK, John
2012. "Expérience de visite, identités et self-aspects". *La Lettre de l'OCIM*, p. 5-14.
- FÉNÉON, Félix
2000 [1920]. *Iront-ils au Louvre ? Enquête sur des arts lointains*. Toulouse : Toguna. 23 p.
- FÉNÉON, Félix et HALPERIN, Joan
1970. *Oeuvres plus que complètes*. Genève : Droz. 1087 p.
- FINDLEN, Paula
1994. *Possessing nature: museums, collecting, and scientific culture in early modern Italy*. Berkeley : University of California Press. 449 p.
- FOCILLON, Henri
2000 [1943]. *La Vie des Formes*. Paris : Presses universitaires de France. 131 p.
- FOUCAULT, Michel
1998. *Dits et Ecrits: 1954-1988*. Paris : Gallimard. 834 p. (Bibliothèque des sciences humaines).

FRANCASTEL, Pierre

1956. *Art et technique au XIXe et XXe siècles*. Paris : Les éditions de Minuit. 307 p. (L'homme et la machine).

FRANCASTEL, Pierre

1968. "Esthétique et ethnologie", in : Jean POIRIER (éd.), *Ethnologie générale*, p. 1706-1729. Paris : Gallimard.

FRANCASTEL, Pierre

1970. *Etudes de sociologie de l'art*. Paris : Denoël-Gonthier. 252 p. (Bibliothèque Médiations)

FRANK, Robert

1991. "Positional externalities", in : Richard ZECKHAUSER (éd.), *Strategy and Choice: essays in honour of Thomas C.*, Cambridge : MIT Press.

GABUS, Jean

1955. *Les fresques de Hans Erni ou la part du peintre en ethnographie*. Neuchâtel : La Baconnière. 39 p.

GABUS, Jean

1975. *L'objet témoin: les références d'une civilisation par l'objet*. Neuchâtel : Ides et Calendes. 330 p.

GELL, Alfred

1998. *Art and agency: an anthropological theory*. Oxford : Clarendon press. 271 p.

GEOFFROY-SCHNEITER, Bérénice

2012. *Arts premiers, mode d'emploi*. Paris : Flammarion. 254 p. (Mode d'emploi).

GHASARIAN, Christian

2006. *De l'ethnographie à l'anthropologie réflexive: nouveaux terrains, nouvelles pratiques, nouveaux enjeux*. Paris : Armand Colin. 248 p.

GINSBURGH, Victor et MAIRESSE, François

2012. "Dimensions of dialogue: art history and the discourse of economics", in : Matthew RAMPLEY, Thierry LENAIN, Hubert LOCHER[et al.] (éd.), *Art History and Visual Studies in Europe*, p. 167-184. Leiden; Boston : Brill.

GLASER, Barney et STRAUSS, Anselm

1967. *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. New York : Aldine Publishers. 271 p.

- GLICENSTEIN, Jérôme
2009. *L'art, une histoire d'expositions*. Paris : Presses universitaires de France. 256 p.
- GLUCKMAN, Max
1940. "Analysis of a social situation in Modern Zululand. B. Social Change in Zululand". *Bantu Studies*, p. 147-174.
- GOFFMAN, Erving
2009 [1974]. *Les cadres de l'expérience*. Paris : Editions de Minuit. 572 p.
- GONSETH, Marc-Olivier
2000. "L'illusion muséale", in : Marc-Olivier GONSETH, Jacques HAINARD et Roland KAEHR (éd.), *La grande illusion*, p. 155-164. Neuchâtel : Musée d'ethnographie.
- GONSETH, Marc-Olivier
2005. "Un atelier expographique", in : Marc-Olivier GONSETH, Jacques HAINARD et Roland KAEHR (éd.), *100 ans d'ethnographie sur la colline de Saint-Nicolas: 1904-2004*, p. 375-394. Neuchâtel : Musée d'ethnographie.
- GONSETH, Marc-Olivier, HAINARD, Jacques et KAEHR, Roland
2002. *Le Musée cannibale* Neuchâtel : Musée d'ethnographie de Neuchâtel. 295 p.
- GONSETH, Marc-Olivier, HAINARD, Jacques et KAEHR, Roland
2005. *100 ans d'ethnographie sur la colline de Saint-Nicolas: 1904-2004*. Neuchâtel : Musée d'ethnographie. 644 p.
- GONSETH, Marc-Olivier, LAVILLE, Yann et MAYOR, Grégoire
2012. *Retour d'Angola*. Neuchâtel : Musée d'ethnographie. 82 p. (Texpo)
- GOODMAN, Nelson
1977. "Quand y a-t-il art?", in : Marie-Dominique POPELARD (éd.), *Manières de faire le monde*, p. 89-90. Paris : Jacqueline Chambon.
- GORGUS, Nina
2003. *Le Magicien des vitrines: le muséologue Georges-Henri Rivière*. Paris : Maison des Sciences de l'Homme. 416 p.
- GRAMPP, William
1989. *Pricing the Priceless: Art, Artists and the Economics*. New York : Basic Books. 290 p.
- GRAW, Isabelle
2009. *High Price: art between the market and celebrity culture*. Berlin : Sternberg Press. 244 p.

- GREFFE, Xavier et SIMONNET, Véronique
2008. "La survie des entreprises culturelles: le rôle du regroupement géographique". *Recherches économiques de Louvain*, p. 327-357.
- GREGOROVA, Anna
1980. "Museology - Science or just practical museum work?". *MuWop*, p. 19-21.
- GRIAULE, Marcel
1943. *Les Saô légendaires*. Paris : Gallimard. 178 p.
- GRIAULE, Marcel
1952. "L'enquête orale en ethnologie". *Revue philosophique de France et de l'étranger*, p. 537-553.
- GRIAULE, Marcel
1957. *La méthode de l'ethnographie*. Paris : Presses universitaires de France. 107 p.
- GRIENER, Pascal
2010. *La République de l'oeil: l'expérience de l'art au siècle des Lumières*. Paris : Odile Jacob. 329 p.
- GRIENER, Pascal
2014. "Louée soit l'universalité! Musées au XXIe siècle". *Critique*, p. 485-493.
- GUEx, Sébastien
2002. "Le marché suisse de l'art 1886-2000: un survol en chiffres". *Traverse: revue d'histoire*, p. 26-92.
- GUIART, Jean
1976. "Quel avenir pour l'ethnologie au Musée de l'Homme". *Objets et mondes: la revue du Musée de l'Homme*, p. 3-12.
- GUILBAUT, Serge
2006. *Comment New York vola l'idée d'art moderne : expressionnisme abstrait, liberté et guerre froide*. Paris : Hachette. 323 p.
- GUILHEM, Julien
2000. "Arts primitifs ou patrimoine culturel? Le Musée du quai Branly en question". *Ethnologues comparées (Revue électronique du Cercle)*, p. 1-16.
- GURVITCH, George
1956. "Sociologie du théâtre". *Lettres nouvelles*, p. 196-210.

- HAINARD, Jacques
1985. "La tentation d'exposer", in : Jacques HAINARD et Roland KAEHR (éd.), *Temps perdu, temps retrouvé. Voir les choses du passé au présent*, p. 153-166. Neuchâtel : Musée d'ethnographie de Neuchâtel.
- HALL, Margaret
1987. *On display: a design grammar for museum exhibitions*. Londres : Lund Humphries. 256 p.
- HATOUM, Rainer
2013. "La collection Boas au musée d'ethnologie de Berlin", in : Michel ESPAGNE et Isabelle KALINOWSKI (éd.), *Franz Boas: le travail du regard*, p. 135-154. Paris : Armand Colin.
- HEGEL, Georg Wilhelm
1997 [1818-1819]. *Esthétique*. Paris : Librairie générale française. (Classiques de la philosophie)
- HEINICH, Nathalie
1998. *Ce que l'art fait à la sociologie*. Paris : Les Editions de Minuit. 90 p.
- HEINICH, Nathalie
2001. *La sociologie de l'art*. Paris : Editions La Découverte. 122 p. (Repères)
- HEINICH, Nathalie
2009. *La fabrique du patrimoine: de la cathédrale à la petite cuillère*. Paris : Editions de la Maison des sciences de l'homme. 286 p.
- HEINICH, Nathalie
2012a. "Dialogue posthume avec Alfred Gell". *Aisthesis*, p. 183-194.
- HEINICH, Nathalie
2012b. "Les arts premiers", in : Nathalie HEINICH et Roberta SHAPIRO (éd.), *De l'artification: enquêtes sur les passages à l'art*, p. 261-266. Paris : Editions de l'Ecole des hautes études en sciences sociales.
- HEINICH, Nathalie
2014a. *Le paradigme de l'art contemporain : structures d'une révolution artistique*. Paris : Gallimard. 373 p. (Bibliothèque des sciences humaines)
- HEINICH, Nathalie
2017. *Des valeurs: une approche sociologique*. Paris : Gallimard. 405 p.
- HEINICH, Nathalie et POLLAK, Michael
1989. *Vienne à Paris: portrait d'une exposition*. Paris : Centre Georges Pompidou. 189 p.

- HELGESSON, Claes-Fredrik et MUNIESA, Fabian
2013. "For what it's worth: an introduction to valuation studies". *Valuation studies*, p. 1-10.
- HÉNAFF, Marcel
2002. *Le prix de la vérité: le don, l'argent, la philosophie*. Paris : Editions du Seuil. 551 p.
- HENNION, Antoine
2004. "Une sociologie des attachements: d'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur". *Sociétés*, p. 9-24.
- HENNION, Antoine et LATOUR, Bruno
1993. "Objet d'art, objet de science. Note sur les limites de l'anti-fétichisme". *Sociologie de l'art*, p. 7-23.
- HERSHKHOVITCH, Corinne et RYKNER, Didier
2011. *La restitution des oeuvres d'art: solutions et impasses*. Paris : Hazan. 127 p.
- HERTZ, Ellen
2002. "Le matrimoine", in : Marc-Olivier GONSETH, Jacques HAINARD et Roland KAEHR (éd.), *Le musée cannibale*, p. 153-168. Neuchâtel : Musée d'ethnographie.
- HOLLIER, Denis
1991. "La valeur d'usage de l'impossible, préface à la réimpression de Documents", in : (éd.), *Documents*, p. 7-33. Paris : Jean-Michel Place.
- HOOG, Michel et HOOG, Emmanuel
1995. *Le Marché de l'art*. Paris : Presses universitaires de France. 127 p.
- HUGHES, Everett
1971. *The sociological eye: selected papers*. Chicago : Aldine. 584 p.
- HUGHES, Philip
2010. *Scénographie d'exposition*. Paris : Eyrolles. 224 p.
- HURLEY, Cécilia
2011. "Jalons pour une histoire du dispositif". *Culture et Musées*, p. 207-218.
- HUTTER, Michael et SHUSTERMAN, Richard
2006. "Value and the valuation of art in economic and aesthetic theory", in : David THROSBY et Victor GINSBURGH (éd.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, p. 169-208. Amsterdam : Elsevier-Noth Holland.

INGOLD, Tim

2013. *Making : anthropology, archaeology, art and architecture*. Abingdon : Routledge. 163 p.

JACKNIS, Ira

1985. "Franz Boas and Exhibits: on the limitations of the Museum method of Anthropology", in : George W. STOCKING (éd.), *Objects and Others: Essays on museums and material culture*, p. 75-111. Madison : University of Wisconsin Press.

JACOBI, Daniel

2013. "Exposition temporaire et accélération". *La Lettre de l'OCIM*, p. 27-39.

JACOBI, Daniel

2016. "Muséologie et accélération", in : François MAIRESSE (éd.), *Nouvelles tendances de la muséologie*, Paris : La Documentation française.

JAMIN, Jean

1982. "Objets trouvés des paradis perdus: à propos de la Mission Dakar-Djibouti", in : Marc-Olivier GONSETH, Jacques HAINARD et Roland KAEHR (éd.), *Collections passion*, p. 69-100. Neuchâtel : Musée d'ethnographie de Neuchâtel.

JAMIN, Jean

1988. "L'Histoire de l'ethnologie est-elle une histoire comme les autres?". *Revue de synthèse*, p. 469-483.

JAMIN, Jean

1989. "Le savant et le politique: Paul Rivet (1876-1958)". *Bulletins et mémoires de la Société d'anthropologie de Paris*, p. 227-294.

JAMIN, Jean

1998. "Faut-il brûler les musées d'ethnographie?". *Gradhiva*, p. 65-69.

JARRASSÉ, Dominique

mars 2013. "La qualification de l'objet. Leçon d'introduction au séminaire doctoral d'Histoire de l'art appliquée aux collections 2012-2013". *Cahiers de l'Ecole du Louvre: recherches en histoire de l'art, histoire de civilisations, archéologie, anthropologie et muséologie*, p. [en ligne].

JEVONS, William Stanley

1888. *the theory of political economy*. London : MacMillan. 296 p.

JOMARD, Edme François

1831. "Remarques sur le but et l'utilité d'une collection ethnographique et les moyens de la former", in : Ernest-Théodore HAMY (éd.), *Les origines du*

Musée d'ethnographie, p. 125-144. Paris : Jean-Michel Place. (Les cahiers de Gradhiva)

JOMARD, Edme François

1845. "Lettre à M. Ph-Fr. de Siebold sur les collections ethnographiques", in : Ernest-Théodore HAMY (éd.), *Les origines du Musée d'Ethnographie*, p. 249-265. Paris : Jean-Michel Place. (Les cahiers de Gradhiva)

JONES, Anna Laura

1993. "Exploding Canons: the anthropology of museums". *Annual Review of Anthropology*, p. 201-220.

JUNOD, Philippe

2005. "La perception esthétique comme variable historique", in : Raymonde MOULIN (éd.), *Sociologie de l'art: colloque international à Marseille, 13-14 juin 1985*, p. 279-288. Paris : La documentation française.

KAMER, Henri

1974. "De l'authenticité des sculptures africaines". *Arts d'Afrique noire*, p. 17-40.

KARP, Ivan et LAVINE, Steven

1991. *Exhibiting cultures: the poetics and politics of museum display*. Washington : Smithsonian Institution. 468 p.

KASFIR LITTLEFIELD, Sidney

1984. "One Tribe, One Style? Paradigms in the historiography of African Art". *History in Africa*, p. 163-193.

KERCHACHE, Jacques

1988. "Un parcours initiatique", in : Jacques KERCHACHE, Jean-Louis PAUDRAT et Lucien STEPHAN (éd.), *L'art africain*, p. 488-496. Paris : Editions Mazenot.

KEYNES, John Maynard

1936 [1988]. *Théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie*. Paris : Payot. 438 p.

KNODEL, Bernard

2010. "Transformation du Musée d'ethnographie par Théodore Delachaux", in : Marc-Olivier GONSETH, Bernard KNODEL et Serge REUBI (éd.), *Retour d'Angola*, p. 200-215. Neuchâtel : Musée d'ethnographie.

KRAMER, Hilton

1982. "The high art of primitivism". *New York Magazine*,

- LACEY, Robert et MESSADIÉ, Gérard
1998. *Sotheby's : le marché de l'art et ses secrets*. Paris : JC Lattès. 358 p.
- LAHIRE, Bernard
2015. *Ceci n'est pas qu'un tableau: essai sur l'art, la domination, la magie et le sacré*. Paris : La Découverte. 597 p.
- LATOURE, Bruno
2009. *Sur le culte moderne des dieux faitiches, suivi de Iconoclash*. Paris : Les Empêcheurs de penser en rond. 203 p.
- LECLAIR, Madeleine
2007. "La musique et ses instruments au Musée du quai Branly". *La Lettre de l'OCIM*, p. 30-39.
- LECLERCQ, Sophie
2010. *La rançon du colonialisme: les surréalistes face aux mythes de la France coloniale*. Dijon : Presses du Réel. 443 p.
- LEIRIS, Michel
1981 [1934]. *L'Afrique fantôme*. Paris : Gallimard. 536 p.
- LEMMONIER, Pierre et SCHNAPP, Alain
2009. "André Leroi-Gourhan et Pierre Francastel", in : Thierry DUFRÈNE et Anne-Christine TAYLOR (éd.), *Cannibalismes disciplinaires: quand l'histoire de l'art et l'anthropologie se rencontrent*, p. 79-104. Paris : INHA Musée du quai Branly.
- LEPETIT, Bernard
1990. "Propositions pour une pratique restreinte de l'interdisciplinarité". *Revue de synthèse*, p. 331-338.
- LEROI-GOURHAN, André
1971-1973 [1943]. *Evolution et techniques*. Paris : Albin Michel. p.
- LETOCHA, Louise
1992. "L'exposition est-elle un langage?", in : Annette VIEL et Cécile de GUISE (éd.), *Muséo-séduction, muséo-réflexion*, p. 29-39. Québec : Musée de la civilisation.
- LEVASSEUR, Martine et VÉRON, Eliséo
1983. *Ethnographie de l'exposition: l'espace, le corps et le sens*. Paris : Bibliothèque public d'information; Centre Georges Pompidou. 220 p.
- LÉVI-STRAUSS, Claude
1962. *La pensée sauvage*. Paris : Plon. 389 p.

- LÉVI-STRAUSS, Claude
1974 [1958]. "Place de l'anthropologie dans les sciences sociales et problèmes posés par son enseignement", in : Claude LÉVI-STRAUSS (éd.), *Anthropologie structurale*, Paris : Plon.
- LEYTON, Harrie et DAMEN, Bibi
1993. *Art, anthropology and the modes of re-presentation: museums and contemporary non-western art*. Amsterdam : KIT 80 p.
- LIÈVRE-CROSSON, Elisabeth
2008. *Du classicisme à l'académisme*. Toulouse : Milan. 63 p.
- MACHLUP, Fritz
1962. *Production and distribution of the Knowledge in the United States*. Princeton : Princeton university Press. 436 p.
- MACLUHAN, Marshall
1964. *Understanding media: the extensions of man*. New York : McGraw-Hill. 404 p.
- MAIRESSE, François
2002. *Le musée temple spectaculaire : une histoire du projet muséal*. Lyon : Presses universitaires de Lyon. 215 p. (Muséologies)
- MAIRESSE, François
2007. *Vers une redéfinition du musée*. Paris : L'Harmattan. 225 p.
- MAIRESSE, François
2010a. *Le musée hybride*. Paris : La documentation française. 208 p.
- MAIRESSE, François
2010b. "Un demi-siècle d'expographie". *Culture et Musées: La (r)évolution des musées d'art*, p. 219-229.
- MAIRESSE, François
2016. "What is Zbynek Stransky's "influence" on museology?". *Museologica Brunensia*, p. 27-36.
- MAIRESSE, François et HURLEY, Cécilia
2012. "Éléments d'expologie: matériaux pour une théorie du dispositif muséal". *Media Tropes*, p. 1-27.
- MAIRESSE, François et ROCHELANDET, Fabrice
2015. *Economie des arts et de la culture*. Paris : Armand Colin. 271 p.
- MALRAUX, André
1974. *La tête d'obsidienne*. Paris : Gallimard. 278 p.

- MALRAUX, André
1976. *La Métamorphose des dieux: l'Intemporel*. Paris : Gallimard.
- MANDEL, Gabriel
2002. *Les arts premiers*. Paris : Solar. 191 p.
- MARCUS, George E.
1990. "The modernist sensibility in recent ethnographic writing and the cinematic metaphor of montage". *Visual Anthropology*, p. 2-12.
- MARIAUX, Pierre-Alain
2007. *Les lieux de la muséologie*. Berne : Peter Lang. 183 p.
- MARIAUX, Pierre-Alain
2015. "Exposer l'art médiéval? Le cas du Trésor", in : Wolfgang BRÜCKLE et Pierre-Alain MARIAUX (éd.), *Musealisierung Mitellalterlicher Kunst*, p. 30-45. Berlin : Deutscher Kunst Verlag.
- MARTIN, Stephane
2007. "Un musée pas comme les autres". *Le Débat: le moment du quai Branly*, p. 5-22.
- MARTIN-CHAUFFIER, Gilles
2010. "Soudain, les géants de l'île de Pâques et les autres ne relevaient plus de l'analyse des moeurs et des coutumes, mais de l'Art en majesté et en majuscule". *Les arts premiers au Louvre: les quatre salles du Pavillon des Sessions invitent au voyage*, p. 6-7.
- MARX, Karl
1867 [1965]. *Le Capital*. Paris : Presses universitaires de France. 488 p.
- MAURICE, Marc
1972. "Propos sur la sociologie des professions". *Sociologie du travail*, p. 213-225.
- MAUSS, Marcel
1994-2008. *Oeuvres*. Paris : Editions de Minuit.
- MENGER, Carl
1871 [1981]. *Principles of Economics*. New York : New York university press. 328 p.
- MERCILLON, Henri
1977. "Les musées: institutions à but non lucratif dans l'économie marchande". *Revue d'économie politique*, p. 630-641.

- MITCHELL, Pamela
2005. "What's in a name? Multidisciplinarity, Interdisciplinarity, and Transdisciplinarity". *Journal of Professional Nursing*, p. 332-334.
- MORPHY, Howard
2009. "Art as a mode of action: some problems with Gell's Art and Agency". *Journal of material culture*, p. 5-27.
- MOULIER-BOUTANG, Yann
2007. *Le capitalisme cognitif: la nouvelle grande transformation*. Amsterdam : Editions Amsterdam. 245 p.
- MOULIN, Raymonde
1967. *Le marché de la peinture en France*. Paris : Editions de Minuit. 610 p.
- MOULIN, Raymonde
1992. *L'artiste, l'institution et le marché*. Paris : Flammarion. 437 p. [2004]
- MOULIN, Raymonde
1995. *De la valeur de l'art : recueil d'articles*. Paris : Flammarion. 286 p. (Art, histoire, société)
- MOUREAU, Nathalie et SAGOT-DUVAUROUX, Dominique
2016. *Le marché de l'art contemporain*. Paris : La Découverte. 127 p.
- MOUREAU, Nathalie, SAGOT-DUVAUROUX, Dominique et VRIÈSE, Muriel de
2014. "Les stratégies de coopération des galeries d'art contemporain: l'apport de l'économie des proximités". *Revue internationale des P.M.E: économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, p. 125-143.
- MÜLLER, Sophus
1897. *Nordische Aertumskunde: nach Funden und Denkmalen aus Dänemark und Schleswig*. Strassburg : Karl J. Trübner. 342 p.
- MUMBEMBELE, Placide
2014-2015. *Les musées témoins de la politique culturelle, de l'époque coloniale à nos jours, en République démocratique du Congo*. Thèse non publiée : Université libre de Bruxelles.
- MURPHY, Maureen
2009. *De l'imaginaire au musée: les arts d'Afrique à Paris et à New York (1931-2006)*. Dijon : Les presses du réel. 395 p.
- NELSON, Phillip
1970. "Information and Consumer Behavior". *Journal of political economy*, p. 311-329.

NEWHOUSE, Victoria

2005. *Art and the power of placement*. New York : Monacelli Press. 303 p.

NIEDERER, Arnold

1984. "Le langage des objets", in : Marc-Olivier GONSETH, Jacques HAINARD et Roland KAEHR (éd.), *Objets prétextes, objets manipulés*, p. 151-166.

Neuchâtel : Musée d'ethnographie.

NORA, Simon et MINC, Alain

1978. *L'informatisation de la société: rapport à M. le Président de la République*. Paris : La Documentation française. 901 p.

NYST, Nathalie

2007. "Butins de guerre constitutifs des collections ethnographiques: le cas du Bénin", in : André GOB (éd.), *Des musées au-dessus de tout soupçon*, p. 90-95. Paris : Armand Colin.

O'DOHERTY, Brian

1976-1981. *Inside the White Cube: the ideology of the gallery space*. San Francisco : Lapis Press. 208 p.

OLBRECHTS, Frans

1935. *Het roode land der zwarte Kariatiden*. Louvain : Davidsfonds. 209 p.

OLIVIER DE SARDAN, Jean-Pierre

1995. "La politique du terrain. Sur la production des données en anthropologie". *Les terrains de l'enquête*, p. 71-109.

OLIVIER DE SARDAN, Jean-Pierre

1998. "Emique". *L'Homme*, p. 151-166.

OLIVIER DE SARDAN, Jean-Pierre

2004. "La rigueur du qualitatif. L'anthropologie comme science empirique". *Espaces Temps*, p. 38-50.

OLIVIER DE SARDAN, Jean-Pierre

2005. *Anthropologie et développement: essai en socio-anthropologie du changement social*. Marseille; Paris : APAD; Karthala. 221 p.

PARETO, Vilfredo

1896. *Cours d'économie politique*. Paris : Pichon. 426 p.

PARSONS, Talcott

1968. "Professions", in : David SILLS et Robert MERTON (éd.), *International Encyclopaedia of the Social Science*, p. 536-547. Detroit : Macmillan Reference USA.

- PASSERON, Jean-Claude
1991. *Le raisonnement sociologique: l'espace non-poppérien du raisonnement naturel*. Paris : Nathan. 408 p.
- PEACOCK, Alan et GODFREY, C.
1997. "The Economics of the Museums and Galleries", in : Ruth TOWSE (éd.), *Cultural Economics: the arts, the heritage and the media industries*, p. 189-204. Cheltenham : E. Elgar.
- PENNY, Glenn
2002. *Objects of culture: ethnology and ethnographic museums in imperial Germany*. Chapel Hill : University of North Carolina Press. 281 p. [2010]
- PÉQUIGNOT, Bruno
2007. *La question des oeuvres en sociologie des arts et de la culture*. Paris : L'Harmattan. 307 p. (Sociologie des arts)
- PINCH, Trevor
2010. "Performativiy and Economic demonstrations: pitching quality and quantity", in : Madeleine AKRICH, Yannick BARTHE et Fabian MUNIESA (éd.), *Débordements: mélanges offerts à Michel Callon*, p. 369-380. Paris : Presses des Mines.
- POLI, Marie-Sylvie
2010. "Le texte dans l'exposition, un dispositif de tension permanent entre contrainte et créativité". *La Lettre de l'OCIM*, p. 8-13.
- POMIAN, Krzysztof
1987. *Collectionneurs, amateurs et curieux : Paris, Venise : XVIe-XVIIIe siècle*. Paris : Gallimard. 367 p. (Bibliothèque des histoires)
- POMIAN, Krzysztof
1992. "L'art: entre le marché et le musée", in : Laurence BERTRAND-DORLEAC (éd.), *Le commerce de l'art de la Renaissance à nos jours*, p. 9-33. Besançon : Editions de la Manufacture.
- POMMEREHNE, Werner et FREY, Bruno
1980. "Les musées dans une perspective économique". *Revue internationale des sciences sociales*, p. 345-362.
- POULOT, Dominique
2005. *Musée et muséologie*. Paris : Ed. La Découverte. 122 p. (Repères)
- PRICE, Sally
1991. *Primitive art in civilized places*. Chicago; London : the University of Chicago Press. 145 p.

PRICE, Sally

1995. *Arts primitifs; regards civilisés*. Paris : ENSBA. 203 p. [Primitive art in civilized places, 1989]

PRICE, Sally

2007. *Paris Primitive: Jacques Chirac's Museum on the Quai Branly*. Chicago : the University Press of Chicago. 239 p.

PRICE, Sally

2009. "Cultures en dialogue: options pour les musées du XXI^e siècle", in : Thierry DUFRÊNE et Anne-Christine TAYLOR (éd.), *Cannibalismes disciplinaires: quand l'histoire de l'art et l'anthropologie se rencontrent*, Paris : Musée du quai Branly; INHA.

QUEMIN, Alain

1997. *Les commissaires-priseurs: la mutation d'une profession*. Paris : Anthropos-Economica. 534 p.

REITLINGER, Gerald

1961. *The Economics of taste: the rise and the fall of picture prices, 1760-1960*. London : Barrie and Rockliff. 518 p.

RÉMY, Luc

1999. "Les réserves: stockage passif ou pôle de valorisation du patrimoine?". *La Lettre de l'OCIM*, p. 27-35.

REUBI, Serge

2010. "La mécanique du départ", in : Marc-Olivier GONSETH, Bernard KNODEL et Serge REUBI (éd.), *Retour d'Angola*, p. 82-93. Neuchâtel : Musée d'ethnographie de Neuchâtel.

REUBI, Serge

2011. *Gentlemen, prolétaires et primitifs: institutionnalisation, pratiques de collection et choix muséographiques dans l'ethnographie suisse, 1850-1950*. Berne : Peter Lang. 753 p.

RICARDO, David

1817 [1971]. *Des principes de l'économie politique et de l'impôt*. Paris : Flammarion. 379 p.

RIVET, Paul

1936. "Ce qu'est l'ethnologie", in : Lucien FEBVRE et Anatole MONZIE (éd.), *L'encyclopédie française, Tome 7: L'Espèce humaine*, p. 7.06.01-07.06.08. Paris : Comité de l'Encyclopédie française
Librairie Larousse.

RIVET, Paul

1948. "Organisation d'un musée d'ethnologie". *Museum*, p. 68-70; 111-113.

RIVET, Paul et RIVIÈRE, Georges Henri

1933. "Mission ethnographique et linguistique Dakar-Djibouti". *Minotaure*, p. 3-6.

RIVIÈRE, Georges Henri

1929. "Le musée d'ethnographie du Trocadéro". *Document*, p. 54-58.

RIVIÈRE, Georges Henri

1930. "De l'objet d'un musée d'ethnographie comparé à celui d'un musée de beaux-arts". *Cahiers de Belgique*, p. 67.

ROBERTS, Mary, VOGEL, Susan et MULLER, Chris

1994. *Exhibition-ism: museums and African art*. New York : Museum for african art. 131 p.

ROUX, Emmanuel de et PARINGAUX, Roland-Pierre

1999. *Razzia sur l'art: vols, pillages et recels à travers le monde*. Paris : Fayard. 352 p.

RUBIN, William

1985. *"Primitivism" in 20th century art: affinity of the tribal and the modern*. New York : Museum of Modern Art. 689 p.

SAGOT-DUVAUROUX, Dominique

2004. "Incertitude qualitative et fonctionnement des marchés: l'exemple des oeuvres d'art", in : Eric DELAMOTTE (éd.), *Du partage au marché: regards croisés sur la circulation des savoirs*, p. 279-300. Villeneuve-d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion.

SAHLINS, Marshall

1989. *Des îles dans l'histoire*. Paris : Gallimard; le Seuil. 188 p.

SAID, Edward

1979. *Orientalism*. New York : Vintage Books. 394 p.

SAID, Edward

1986. *After the last sky: Palestinian lives*. New York : Pantheon Books. 174 p.

SANJEK, Roger

1991. "The Ethnographic present". *Man*, p. 609-628.

SARDI, Massimo et ZIMMERMAN, Christophe

1985. *L'exposition nationale suisse: de la représentation à l'image*. Genève : Université de Genève. 244 p.

- SARTRE, Jean-Paul
1986. *Questions de méthode*. Paris : Gallimard. 164 p.
- SAVOY, Bénédicte
2017. *Objets du désir, désir d'objets*. Paris : Collège de France; Fayard. 88 p.
- SCHATZMAN, Leonard et STRAUSS, Anselm
1973. *Field research: strategies for a natural sociology*. Englewoods Cliffs N.J. : Prentice-Hall. 149 p.
- SCHEINER, Teresa
2016. "Réfléchir sur le champ muséal: signification et impact théorique de la muséologie", in : François MAIRESSE (éd.), *Nouvelles tendances de la muséologie*, p. 41-53. Paris : La Documentation française.
- SCHUMPETER, Joseph
1935 [1911]. *Théorie de l'évolution économique: recherche sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*. Paris : Dalloz-Siret. 589 p. [1911, réimpression de la 2e édition]
- SELIGMAN, Germain
1961. *Merchants of Art, 1880-1960: eighty years of professional collecting*. New York : Appleton-Century-Crofts. 294 p.
- SIEBOLD, Franz von
1843. "Lettre sur l'utilité des musées d'ethnographie et sur l'importance de leur création dans les états européens qui possèdent des colonies ou qui entretiennent des relations commerciales avec les autres parties du monde", in : Ernest-Théodore HAMY (éd.), *Les origines du Musée d'Ethnographie*, p. 229-248. Paris : Jean-Michel Place. (Les cahiers de Gradhiva)
- SIERRO, Valérie
2005. "Perpectives de mise en exposition (1921-1955)", in : Marc-Olivier GONSETH, Jacques HAINARD et Roland KAEHR (éd.), *100 ans d'ethnographie sur la colline de Saint-Nicolas: 1904-2004*, p. 311-326. Neuchâtel : Musée d'ethnographie.
- SIMMEL, Georg
1978. *The philosophy of money*. Londres : Routledge. 512 p.
- SLUKA, Jeffrey et ROBBEN, Antonius
2012. "Fieldwork in cultural anthropology: an introduction", in : Jeffrey SULKA et Antonius ROBBEN (éd.), *Ethnographic fieldwork: an anthropological reader*, p. 1-28. Malden : Wiley-Blackwell.

- SMITH, Adam
1776 [1966]. *Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations*. Osnabrück : O. Zeller. (Collection des principaux économistes)
- SOUSTELLE, Jacques
1931. "A propos de l'exposition ethnographique des colonies françaises". *L'Art vivant*, p. 358.
- STANISZEWSKI, Mary Anne
2001. *The power of display: a history of exhibition installations at the Museum of modern art*. Cambridge : MIT Press. 408 p.
- STEINER, Christopher
1991. "The trade in West African art". *African Art*, p. 38-43.
- STEINER, Christopher
1994. *African art in transit*. Cambridge; New York : Cambridge University Press. 220 p. [2004]
- STEINER, Christopher
1995. "The art of the trade: on the creation of value and authenticity in the African art market", in : George E. MARCUS et Fred R. MYERS (éd.), *The traffic in culture: refiguring art and anthropology*, p. 151-165. Berkeley; Los Angeles: University of California Press.
- STOCKING, George
1985. *Objects and Others: essays on museums and material cultures*. Madison : University of Wisconsin Press. 258 p.
- STRÁNSKÝ, Zbyněk
1980. "Museology - Science or just practical museum work?". *MuWop*, p. 42-44.
- THROSBY, David
2006. "Introduction and Overview", in : Victor GINSBURGH et David THROSBY (éd.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, p. 4-22. Amsterdam : Elsevier.
- THURNWALD, Richard
1922. *Psychologie des primitiven Menschen: Handbuch der vergleichenden Psychologie*. Munich : E. Reinhardt. 553 p.
- TOBELEM, Jean-Michel
1990. *Musées et culture: le financement à l'américaine*. Mâcon; Savigny-le-Temple : M.N.E.S. 249 p.

- TOBELEM, Jean-Michel
2010. *Le nouvel âge des musées: les institutions culturelles au défi de la gestion*. Paris : Armand Colin. 324 p.
- TORGOVNIK, Marianna
1990. *Gone Primitive: savage Intellectuals, modern lives*. Chicago; Londres : University of Chicago Press. 328 p.
- VALADE, Bernard
1999. "Le "sujet" de l'interdisciplinarité". *Sociologie et société*, p. 11-21.
- VAN GENNEP, Arnold
1914 (2005). "Quelques lacunes de l'ethnographie actuelle", in : Marc-Olivier GONSETH, Jacques HAINARD et Roland KAEHR (éd.), *100 ans d'ethnographie sur la colline de Saint-Nicolas: 1904-2004*, p. 326-342. Neuchâtel : Musée d'ethnographie.
- VATIN, François
2013. "Valuation as evaluating and valorizing". *Valuation studies*, p. 31-50.
- VERLAINE, Julie
2012. *Les galeries d'art contemporain à Paris: une histoire culturelle du marché de l'art, 1944-1970*. Paris : Publications de la Sorbonne. 576 p.
- VERNANT, Jean-Pierre
2005 [1965]. "Le travail et la pensée technique", in : (éd.), *Mythes et pensée chez les Grecs: étude de psychologie historique*, Paris : La Découverte.
- VOGEL, Susan
1988. *Art/artifact: African art in anthropology collections*. New York; Munich : The Center for African art; Prestel Verlag. 196 p.
- VOLONTAIRES, Conseil des Ventes
2017. *Rapport d'activités 2016*. Paris : La Documentation française. 255 p.
- WALRAS, Leon
1874 [1889]. *Éléments d'économie politique pure ou Théorie de la richesse sociale*. Lausanne: F. Rouge : 523 p.
- WALSON, Peter et TEDESCHINI, Cecilia
2006. *The Medici Conspiracy: the illicit journey of looted antiquities*. New York : Public Affairs. 448 p.
- WASTIAU, Boris
2000. *Congo-Tervuren Aller-retour: le transfert des pièces ethnographiques du Musée royal de l'Afrique centrale à l'Institut des Musée nationaux du Zaïre, 1976-1982*. Bruxelles : Musée royal de l'Afrique centrale. 58 p.

WEIL, Stephen

1983. *Beauty and the Beasts: on Museums, Art, the Law and the Market.*

Washington : Smithsonian Institution 304 p.

WUNDT, Wilhelm

1919. *Völkerpsychologie.* Leipzig : Wilhelm Engelman. 698 p.

ZERILLI, Filippo

1998. *Il lato oscuro dell'ethnologia: il contributo dell'antropologia naturalista al processo di istituzionalizzazione degli studi ethnologici in Francia.* Rome :

CISU. 221 p.

Les relations entre les musées d'ethnographie et les marchés de l'art africain et océanien en France, en Suisse et en Belgique : construire la valeur et s'appropriier l'altérité.

Cette recherche interroge le champ des objets ethnographiques au prisme de leur circulation entre deux médiateurs situés entre leur production et leur réception dans le champ de l'art : les musées d'ethnographie et les marchés de l'art. Aucune recherche scientifique ne s'est jusqu'à maintenant penchée en profondeur sur les relations entretenues entre ces deux intermédiaires dans le champ de l'art africain et océanien, si ce n'est pour décrire ou critiquer le cas précis de la fondation du Musée du quai Branly-Jacques Chirac. Mobilisant l'anthropologie et la muséologie, ma recherche est basée sur un travail de terrain intensif auprès des galeries, des maisons de ventes aux enchères et des musées en Suisse, en France et en Belgique entre 2013 et 2017. L'analyse, fondamentalement compréhensive, montre les enjeux territoriaux à l'œuvre et souligne l'impact d'une montée de l'événementiel tant du côté des musées que des marchés. Ma recherche dresse un portrait du marché, de son fonctionnement et de ses hiérarchies à l'heure actuelle et propose une typologie des différentes relations et acteurs afin de comprendre le processus de fixation de la valeur des objets. Sur un marché où domine la spéculation et une grande part d'arbitraire, je montre que cette valeur est intimement liée à la maîtrise de l'information. Finalement, l'analyse met en évidence les « prêts-à-penser » et processus développés par l'entier des acteurs du champ pour rationaliser une partie de ces pratiques spéculatives. J'espère souligner dans cette recherche les formes nouvelles de production, d'appropriation, de consommation et de valorisation de l'altérité par notre société aujourd'hui.

Mots-clés : musées d'ethnographie, marchés de l'art, anthropologie, muséologie, galeries, maisons de ventes aux enchères, art africain, art océanien, art premier, valeur.

Relations between ethnographic museums and African and Oceanic art markets in France, Switzerland and Belgium: building value(s) and appropriating otherness.

This PhD thesis presents the valuation of ethnographic object through the prism of their circulation between two stakeholders : art markets and ethnographic museums. No scientific research has so far looked in depth at the relation between this two actors in the tribal art's field, except to describe or criticise the specific case of the Musée du quai Branly-Jacques Chirac's foundation. My research mobilising anthropology and museology is based on intensive fieldwork with galleries, auction houses and museums in Switzerland, France and Belgium between 2013 and 2017. The comprehensive analysis shows the territorial issues between this different stakeholders and highlights the increase in events both in museums and markets. My research also draws a portrait of the market, its functioning and its hierarchies and proposes a typology of the different relations and actors. The main objective was to understand the process of fixing an object's value. In a market dominated by speculation and a lot of arbitrariness, I highlight that this value is intrinsically linked to the control of information. Finally, the analysis shows the « how-to-think » and processes developed by all the actors in the field to rationalise some of these speculative practices. I hope I have emphasised in this work the new forms of production, appropriation, consumption and the valorisation of otherness by our society today.

Keywords : ethnographic museum, art market, museology, anthropology, gallerie, auction house, african art, oceanic art, tribal art, value.

Ecole doctorale 267 « Arts et Médias », Université Sorbonne Nouvelle Paris 3.
Université de Neuchâtel, Suisse.