

1. P.Bourdieu

1.1. En vous référant à ce qui est dit des caractéristiques de l'art contemporain qui aujourd'hui se vend bien, de ceux qui l'achètent et des manifestations qui entourent sa mise en vente, situez la - fraction de classe (justifiée par les capitaux et l' habitus) des acheteurs actuels de l'art contemporain. (4 POINTS)

Ces grands acheteurs sont à droite du schéma de Bourdieu, dominants parmi les dominants.

- **Leur capital économique est extrêmement élevé.**

- **Ce public est caractérisé par l'appropriation matérielle de la culture via des achats particulièrement coûteux :** Selon Bourdieu, si les professeurs et les producteurs artistiques se caractérisent par une appropriation symbolique de la culture, « comme substitut sublime et sublimé de l'appropriation matérielle » (l'exemple type étant la fréquentation des musées, où les objets sont exclus de l'appropriation privée, n'offrant que des satisfactions esthétiques « pures », sublimées), les fractions dominantes peuvent s'approprier la culture de manière symbolique et matérielle (par exemple, l'achat d'œuvres d'art). Dans l'article, l'auteur dépeint des acheteurs qui fréquentent les grandes foires et achètent des œuvres hors de prix. Ils s'approprient la culture de manière matérielle.

- **Dimension mondaine :** Selon Bourdieu, là où la fraction dominée cherche à tirer un rendement symbolique maximum pour un coût minimum de ses pratiques culturelles (pouvant utiliser ses lectures ou ses visites dans les livres, les œuvres, les discours qu'elle produit), la fraction dominante fera de ses pratiques culturelles des occasions, voire des prétextes pour montrer son appartenance au « monde » et se montrer (achetant les places les plus chères des théâtres les plus chers, où l'on vient « habillé », après lesquels on va « dîner en ville » ...). Les citations suivantes vont dans ce sens :
 - « L'art actuel n'est pas juste statuaire, au même titre que le top-modèle au bras ou la belle cylindrée dans le garage. C'est un art de vivre émaillé de fêtes, de dîners de vernissage, et de voyages au gré des foires. La transhumance « arty » conduit les collectionneurs à New York, au printemps, pour l'Armory Show, qui ouvre ses portes ce mercredi 5 mars. L'été, direction la Foire de Bâle, en Suisse. L'automne se partage entre Londres et Paris pour Frieze et la Foire internationale d'art contemporain, tandis que l'hiver se passe en Floride avec Art Basel Miami Beach. »
 - « L'un des 250 convives lui confie : « C'était une démonstration du luxe, du pouvoir et de l'argent » »

- **Ils n'ont pas les goûts de leurs moyens. Les citations suivantes montrent le manque de capital culturel de cette fraction de classe.**

- « Si l'art de l'après-guerre séduit tant, c'est qu'il semble accessible, moins intimidant que l'art ancien, lequel requiert des clés de lecture. L'intérêt massif qu'il suscite a même bousculé les hiérarchies. Ancienne locomotive du marché, l'art moderne a été détrôné depuis plus de deux ans. »
 - « Si un artiste vaut cher, mais que ses prix n'augmentent pas, il n'attire pas autant l'attention que celui dont la cote progresse, constate Stefano Moreni. C'est comme le prix d'une action : ça ne correspond pas à la valeur d'une entreprise, mais à sa capacité à générer des profits dans le futur. Le monde de la collection reflète le système économique. »
 - « Ils suivent à la loupe – et copient – les achats des grands prescripteurs comme François Pinault. »
- **Une philosophie rose de l'existence, une absence de position critique** : manifeste dans le côté « bling bling », superficiel des artistes qui ont la cote.

2. F.Tönnies

2.1. Quel(s) type(s) de lien social caractérisent le monde de l'art contemporain (en justifiant par le texte). (4 POINTS)

Les valeurs sont matérielles, le profit, la possession d'objet de valeur sont au centre des préoccupations de ce petit monde.

La gesellschaft : Il s'agit bien d'une **rationalité calculatrice et matérialiste**. Les échanges **concernent les objets visibles et matériels**. Pour ce monde d'acheteurs, il ne s'agit pas d'être touché par une œuvre, on n'envisage pas les qualités esthétiques d'une peinture mais le fait qu'elle soit rentable sur le marché de l'art.

Les **biens ne sont plus possédés en communs mais échangés**. Ils sont vendus, **échangés selon une stricte équivalence** dans un objectif de profit, donc d'un intérêt personnel économique. On suit les tendances, le marché de l'art évolue et ces riches acheteurs ont pour objectif de faire l'investissement le plus lucratif possible.

Culture et art sont florissants et valorisés dans un esprit capitaliste. L'art est à vendre. Il est bon pour l'investissement. Il n'est pas propice à toucher, à émouvoir, à exceller selon certains critères esthétiques... L'art est à vendre, il sert à investir, à rapporter gros.

Rationalisation du marché, des logiques de production et d'achat guidées, paradoxalement par la maximisation du profit, de la notoriété, du succès. Libre arbitre et choix personnels de ces acheteurs et de ces artistes que seul le flair et les compétences personnels permettent de s'en sortir dans ce milieu de haute concurrence.

Universalisme de cet intérêt d'échange de bien qui domine tous les particularismes, les singularités. On n'échange avec tous, l'objectif premier étant l'intérêt.

Primat des « je » sur le « nous » dans un monde dépend comme individualiste voire égoïste, où chacun semble chercher la richesse et le succès avant tout. Il n'est pas question d'un nous solidaire, d'une unité d'amateur ou d'artiste.

2.2. En suivant Tönnies, pouvait-on s'attendre à observer ce(s) type(s) de lien social dans le monde d'aujourd'hui ? (1 POINT)

L'art d'aujourd'hui renvoie bien à une *gesellschaft*, ce qui est conforme à la prédiction de Tönnies pour le monde contemporain.

2.3. Retrouvez-vous dans cet article le rapport aux valeurs qui est celui de Tönnies par rapport à ce type de lien ? (1 POINT)

Tönnies tend à donner à la *Gemeinschaft* des traits positifs (amour, affection, compréhension, solidarité) et négatifs à la *gesellschaft* (égoïsme, intérêt, isolement...).

L'auteur va dans le même sens. Il adopte une position critique à l'égard du fonctionnement de l'art contemporain. Il semble déprécier que l'individualisme et l'intérêt personnel soient au cœur d'une logique d'achat superficielle dont les conséquences sociales sont importantes : « Cet *argent froid* », *millefeuille* qui laisse des artistes et galeries sur le carreau, ...

Art contemporain : le jackpot, Le monde, 02.03.2014, Roxana Azimi

Texte modifié à des fins pédagogiques.

En octobre 2012, le marchand américain d'art contemporain Larry Gagosian inaugurait par une fastueuse soirée sa deuxième galerie française au Bourget (Seine-Saint-Denis), non loin des pistes d'atterrissage des jets privés. La journaliste anglaise Georgina Adam en livre le détail dans « Gros dollars : l'explosion du marché de l'art au XXI^e siècle ». L'un des 250 convives lui confie : « C'était une démonstration du luxe, du pouvoir et de l'argent... Mais de l'argent froid. »

Cet argent froid est celui qui enflamme, depuis dix ans, tout ce qui touche à l'art contemporain. En 2003, les ventes de Sotheby's dans ce domaine dépassaient à peine les 217 millions de dollars. En 2013, elles ont atteint 1,3 milliard d'euros. Six fois plus ! Même constat chez Christie's, qui fait état d'une progression de 29 % de ses ventes mondiales d'art contemporain en 2013, avec, en prime, une vente record frôlant les 700 millions de dollars, en novembre 2013.

« on achète de l'art comme on achète des spaghettis »

D'après le rapport publié en 2013 par la société de services en ingénierie informatique Capgemini, les plus grosses fortunes destinent environ 17 % de leurs avoirs « plaisir » à l'art. « Il y a, aujourd'hui, des liquidités très importantes dans le monde qui ne trouvent pas de rentabilité intéressante dans d'autres domaines. C'est de l'argent qui veut être employé tout de suite », analyse Stefano Moreni, directeur de l'art contemporain chez Sotheby's, à Paris.

Si l'art de l'après-guerre séduit tant, c'est qu'il semble **accessible, moins intimidant** que l'art ancien, lequel requiert des clés de lecture. L'intérêt massif qu'il suscite a même bousculé les hiérarchies. Ancienne locomotive du marché, l'art moderne a été détrôné depuis plus de deux ans. L'oeuvre la plus chère, aujourd'hui, n'est pas un Picasso ou un Giacometti, mais un tableau du peintre britannique Francis Bacon de 1969, adjudé pour 140 millions de dollars.

L'art contemporain n'est pas seulement à la mode. Il s'est mué en commodité. Dès 1960, le grand agitateur Marcel Duchamp (1887-1968), peintre, plasticien, l'avait pressenti : « L'art est un produit comme les haricots. On achète de l'art comme on achète des spaghettis. » Un tel glissement en dit long sur la nature des œuvres plébiscitées. « **Ce qui caractérise l'art contemporain, ce n'est plus la transgression, mais sa mise en conformité avec les réalités du marché mondialisé** », disent Gilles Lipovetsky et Jean Serroy dans *L'Esthétisation du monde : vivre à l'âge du capitalisme artiste* (Gallimard, 2013).

Les œuvres **les plus cotées ne sont pas les plus complexes mais les plus bling-bling et inoffensives**, des logotypes comme les points colorés du Britannique Damien Hirst ou les sculptures en acier poli de l'Américain Jeff Koons. Des oeuvres jolies à regarder. **une jet-set arty mondialisée**

L'art actuel n'est pas juste statuaire, au même titre que le top-modèle au bras ou la belle cylindrée dans le garage. C'est un art de vivre émaillé de fêtes, de dîners de vernissage, et de voyages au gré des foires. La transhumance « arty » conduit les collectionneurs à New York, au printemps, pour l'Armory Show, qui ouvre ses portes ce mercredi 5 mars. L'été, direction la Foire de Bâle, en Suisse. L'automne se partage entre Londres et Paris pour Frieze et la Foire

internationale d'art contemporain, tandis que l'hiver se passe en Floride avec Art Basel Miami Beach.

Car la jet-set arty s'est mondialisée. Si en 2004 les Etats-Unis se taillaient la part du lion avec près de 60 % de part de marché dans le contemporain, en 2013, ils ne détiennent plus que 35 %, selon la base de données Artprice. Entre-temps, la Chine et Hongkong sont montés en puissance, passant d'à peine 1 % de part de marché en 2004 à plus de 38 % en 2013.

Jean-michel Basquiat, Damien Hirst et Jeff Koons en têtes de gondole

Mais tout n'a pas grâce aux yeux de ces acheteurs. Les nouveaux venus sont surtout avides de grands noms. Ils suivent à la loupe – et copient – les achats des grands prescripteurs comme François Pinault. Les plus spéculateurs se piquent de chair fraîche. Acheter vite, revendre vite, avant que la cote ne plonge.

Né en 1979, Dan Colen a vu ses prix tripler en quatre ans. Lucien Smith est tout juste âgé de 25 ans et, pourtant, une de ses pièces s'est adjugée pour 389 000 dollars chez Phillips, en novembre 2013. « Si un artiste vaut cher, mais que ses prix n'augmentent pas, il n'attire pas autant l'attention que celui dont la cote progresse, constate Stefano Moreni. C'est comme le prix d'une action : ça ne correspond pas à la valeur d'une entreprise, mais à sa capacité à générer des profits dans le futur. Le monde de la collection reflète le système économique. »

De fait, le marché de l'art compte beaucoup d'appelés mais peu d'élus. « L'assiette de la demande s'est mondialement élargie, celle de l'offre aussi, mais c'est un miroir aux alouettes, estime Nathalie Obadia. Sur le long terme, un nombre restreint d'artistes connaîtra une bonne carrière locale ou internationale. » Et d'ajouter : « Le marché de l'art est comme un mille-feuille. Il y a toujours des galeries qui souffrent, des artistes qui ne vendent pas et des foires qui n'attirent que très peu de collectionneurs. Un grand nombre de lots restent invendus dans les ventes secondaires, même chez Christie's et Sotheby's. »

Le marché dans sa force et ses excès ne repose que sur un petit nombre de noms. Dans son livre « L'affaire du requin qui valait 12 millions de dollars : l'étrange économie de l'art contemporain », Macmillan, 2010, le galeriste californien Don Thompson estime que seuls 75 artistes à New York jouissent d'un statut de superstars.

Les données d'Artprice sont d'ailleurs éclairantes. De 2004 à 2013, le même groupe d'artistes se partage la crête du marché : Jean-Michel Basquiat, Damien Hirst, Jeff Koons. Derrière ces têtes de gondole, le reste des cotes est plus mouvant. Don Thompson le dit bien : à la revente, 80 % des oeuvres achetées ne vaudront pas le prix payé. A méditer.