

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'appropriier l'altérité**

Résumé de la thèse

Thèse 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
François Mairesse, Professeur des Universités, Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3
Pierre de Maret, Professeur émérite, Université libre de Bruxelles

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

La présence du marchand d'art est connue et même reconnue dans les musées en général où l'on connaît souvent bien le rôle important que cet acteur a joué et joue dans l'histoire des institutions, que ce soit dans l'acquisition des collections ou la réalisation des expositions : fournisseur officiel de certaines pièces depuis la fondation des musées, mais aussi donateur, mécène ou expert, la figure du marchand a souvent été à l'origine de nombreuses initiatives permettant le développement des musées. Dans le cas des objets ethnographiques, les relations aussi sont anciennes, comme le montrent par exemple les archives des musées d'ethnographie de Genève et de Neuchâtel : dès la fondation de ces musées (respectivement 1901 et 1904), les directeurs s'emploient à créer des réseaux de contacts marchands plus ou moins en vue, de Jeanne Walschot à Bruxelles à Charles Ratton à Paris.

Aujourd'hui encore les musées d'ethnographie et les marchés d'art exposent parfois les mêmes objets (ainsi, par exemple, les objets de l'exposition *Dogon* qu'Hélène Leloup présenta dans sa galerie en 1994 furent repris dans une exposition du musée du quai Branly en 2011), attirent parfois les mêmes visiteurs, et échangent leurs idées des objets qui les intéressent.

Dans le cas précis des objets ethnographiques, l'influence décisive qu'a eue le marchand d'art Jacques Kerchache dans le projet de l'actuel Musée du quai Branly-Jacques Chirac est encore au centre de nombreux débats et discussions aujourd'hui, plus de vingt ans après son ouverture. C'est que les relations entre musées et marchands ne se sont pas éteintes aujourd'hui : pour exemple, l'événement qu'est devenu le *Parcours des Mondes*, ce rassemblement des marchands et de galeristes du monde entier à Paris, a présenté dans sa cuvée 2012 une large sélection d'objets du Nigeria, alors que le Musée du quai Branly ouvrait l'exposition « Nigeria : arts de la vallée de la Bénoué » entre novembre 2012 et janvier 2013. De même, il est fréquent que les conservateurs de musées d'ethnographie fassent appel à des marchands en vue d'expertiser des objets, de les documenter ou d'en fixer la valeur d'assurance, procédant là à un échange de rôles qui pourrait paraître étonnant s'il n'était pas si habituel.

Si les relations et influences réciproques semblent admises et reconnues dans le milieu professionnel, il convient de noter que les rapports directs sont parfois niés ou amoindris, notamment du côté des institutions muséales ; comme l'expliquent André Gob et Noémie Drouguet « 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 »¹. La relation avec les marchés de l'art est même parfois crainte par les musées, qui y voient un risque accru d'être associés au trafic illicite des biens culturels. En outre, du côté de la recherche académique, les analyses de ces relations restent très pauvres aujourd'hui. En effet, les approches de ces relations ont majoritairement été historiques, surtout dans le champ de l'objet ethnographique qui a vu se

¹ Gob, André et Drouguet, Noémie. 2010. *La muséologie : histoire, développement, enjeux actuels*. Arcueil : Armand Colin, p. 174.

développer une large littérature sur l'histoire des collections à la suite des propositions, voire des revendications, des *post-colonial studies*.

Au niveau de la recherche académique, Raymonde Moulin² a ouvert la voie de l'étude du marché de l'art en sociologie, même si ce champ de recherche est antérieur dans d'autres disciplines³, en proposant de considérer les réseaux et systèmes de relations que l'objet traverse, dans une approche économique. Si elle met en évidence l'interdépendance des marchés – où s'effectuent les transactions – et le champ culturel – où s'opère selon elle l'homologation et la hiérarchisation des valeurs artistiques – elle circonscrit cependant toute son œuvre au marché de l'art classé et contemporain. Ses conclusions rejoignent celles de chercheurs en économie, comme Françoise Benhamou en économie de la culture⁴, Jean-Pierre Dupuy en économie des conventions⁵ ou François Vatin⁶ dans le champs des *valuation studies* : toutes ces recherches mettent en évidence l'importance du marché de l'art dans la constitution des valeurs artistiques et culturelles, se contentant cependant d'aborder ces questions dans des champs spécifiques de l'art (art moderne ou contemporain).

Peu de recherches se sont en effet penchées sur le marché de l'art dans le champ de l'art africain et océanien : Christopher Steiner⁷ aborde cette question en se limitant cependant aux marchés des zones de productions des objets ; Raymond Corbey⁸ évoque le marché de l'art africain et ses rapports avec les musées, mais à nouveau uniquement dans une approche historique ; Sophie Cazaumayou⁹ livre une analyse approfondie de la circulation des objets océaniens, ne consacrant cependant que quelques pages aux transactions avec les institutions muséales. Aucune recherche ne se penche en profondeur sur les relations et échanges contemporains entre ces deux acteurs du champ, considérés comme des *médiateurs*, si ce n'est pour décrire ou critiquer le cas précis du Musée du quai Branly-Jacques Chirac. En effet, dès ce moment, et particulièrement en France, le débat sur les musées d'ethnographie, leur rôle, leur fonctionnement et, par extension, le débat sur la valeur des objets ethnographiques et leur place dans notre société, n'a cessé de s'enflammer. Au plus fort de sa mobilisation, ce débat a

² 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.

³ Par exemple, Reitlinger, Gerald. 1961. *Economics of taste : the rise and the fall of picture prices, 1760-1960*. Londres : Barrie and Rockliff. 518 p.

⁴ Benhamou, Françoise. 2003. « L'économie des musées d'art : un état de la question ». *Culture et Musées*, p. 35-52.

⁵ Dupuy, Jean-Pierre, Eymar-Duvernay, François et Favereau, Olivier. 1989. « L'économie des conventions : introduction ». *Revue économique*, p. 141-145.

⁶ Vatin, François. 2013. « Valuating as evaluating and valorizing ». *Valuation studies*, p. 31-50.

⁷ Steiner, Christopher. 1994. *African art in transit*. Cambridge ; New York : Cambridge University Press. 220 p.

⁸ 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.

⁹ Cazaumayou, Sophie. 2009. *Objets d'Océanie : regard sur le marché de l'art primitif en France*. Paris : l'Harmattan. 275 p.

cristallisé les arguments en opposant l'institution muséale dotée de crédit scientifique et le milieu marchand attaché au seul profit.

L'objectif de ma recherche est ainsi d'analyser la circulation de ces objets entre ces deux médiateurs particuliers dans un champ spécifique – dont les problématiques et enjeux de la définition sont abordés en préambule du travail – pour comprendre non l'histoire des collections, mais les « projets muséaux » qui sous-tendent les différentes institutions concernées. Il s'agit en outre, plus largement, de saisir le rôle et les perspectives des musées d'ethnographie aujourd'hui. Cette recherche ne vise pas non plus à fixer la valeur définitive ou les prix d'achat et de vente des objets, mais bien à considérer les marchés et les musées comme des intermédiaires qui nous permettent de comprendre, au travers de leur coopération, concurrence ou absence de lien, le processus de construction de la valeur des objets ethnographiques.

Pour aborder cette question, je me suis basée sur quatre concepts opératoires importants, issus de disciplines différentes : la vie sociale des objets et l'agentivité, le dispositif et la valeur.

La vie sociale des objets, théorisée par Arjun Appadurai et Igor Kopytoff¹⁰, consiste selon eux à considérer les resémantisations des objets induites par leurs déplacements. Les auteurs postulent ainsi que la valeur d'un objet n'est pas absolue et ne dépend pas de ses qualités intrinsèques et que cette valeur peut être pensée en terme de *registres de valeur*, un concept repris ensuite en France par Nathalie Heinich¹¹. Pour cette dernière, les *registres de valeurs* sont à différencier des *régimes de valeurs*, les premiers relevant de différents cadres d'évaluation (esthétique, économique, patrimonial, etc.) et les seconds relevant de systèmes de valorisation (singularité, communauté, etc.).

Se concentrer sur les processus de resémantisation et de changements de registres de valeur des objets pendant leur circulation permet de se concentrer sur les « biographies d'objets ». Cette considération n'est pas sans rappeler la théorie développée par Alfred Gell¹² sur l'*agency* des objets : autour des objets se trouvent, selon Gell, des « réseaux d'intentionnalités » qui pris dans l'objet à des moments différents contribuent à sa valorisation et participent de sa fascination. Finalement, le concept de *dispositif* est mobilisé de façon importante dans l'analyse des expositions de cette recherche : c'est ainsi la définition qui en est faite par François Mairesse et Cécilia Hurley¹³ qui a été choisie, car elle

¹⁰ Appadurai, Arjun et Kopytoff, Igor. 1986. *Social life of things : commodities in cultural perspective*. Cambridge : Cambridge University Press. 329 p.

¹¹ Heinich, Nathalie. 1998. *Ce que l'art fait à la sociologie*. Paris : les Editions de Minit. 90 p. ; 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. 2017. *Des valeurs : une approche sociologique*. Paris : Gallimard. 405 p.

¹² Gell, Alfred. 1998. *Art and agency : an anthropological theory*. Oxford : Clarendon Press. 271 p.

¹³ Mairesse, François et Hurley, Cecilia. 2012. « Eléments d'expologie : matériaux pour une théorie du dispositif muséal ». *Media Tropes*, p. 1-27.

nous permet de comprendre avec finesse les dimensions de pouvoir en jeu dans les expositions et insiste sur le fait que les dispositifs « garantissent des relations d'autorité »¹⁴.

Ma recherche s'inscrit donc fondamentalement dans une perspective interdisciplinaire, pensant cette dernière comme une plus-value importante. Le cadre disciplinaire principal reste cependant celui de la muséologie et celui de la socio-anthropologie de l'art. J'ai considéré la muséologie selon ses deux axes : comme relevant du musée en tant qu'institution, mais aussi comme relevant du musée en tant que manifestation sensible du rapport de l'homme au réel¹⁵. La socio-anthropologie de l'art a été considérée comme une entreprise de description sur un objet qui est *art* au sens où il est considéré comme tel par les acteurs d'un monde donné à un moment donné. Cette approche envisage autant l'objet comme construit par le social que comme possédant un potentiel d'action sur le social. Ces deux cadres disciplinaires trouvent leur point de cohérence dans l'étude des représentations individuelles et collectives de la réalité, par l'intermédiaire de l'objet. Ce rapport à la réalité ne peut alors s'envisager sans tenir compte du rapport à la connaissance et aux savoirs, nous faisant ici toucher à une forme d'anthropologie de la connaissance, transversale à la socio-anthropologie de l'art et à la muséologie.

En outre, s'inscrivant dans le cadre disciplinaire précis de la socio-anthropologie, cette recherche respecte les fondements épistémologiques de la discipline et se base donc sur des données empiriques issues d'un terrain intensif, largement décrit dans le chapitre 3 et ses annexes. Ce terrain a été mené dans des galeries, maisons de ventes aux enchères, marchés aux puces, musées et fondations privées en Suisse, en France et en Belgique, plus particulièrement dans les villes de Bruxelles, Paris, Lyon, Marseille, Neuchâtel et Genève entre 2013 et 2017. L'analyse est ainsi fondamentalement compréhensive, se distanciant de toute anthropologie prescriptive et de toute forme de jugement. L'objectif a été dans un premier temps de cartographier les relations existantes entre marchés et musées, dressant pour cela un état des lieux du marché actuel de l'art africain et océanien et mettant à jour les dynamiques territoriales à l'œuvre qu'une enquête multi-sites a permis de révéler (chapitre 4). Cette cartographie souligne en outre la montée de l'événementiel, tant du côté des marchés de l'art (foires, salons, vernissages, etc.) que des musées (une « offre muséale »¹⁶ en augmentation) et l'émulation réciproque des acteurs dans cette *événementialisation*. Finalement, cette cartographie s'arrête sur les hiérarchies à l'œuvre entre les différents acteurs des marchés de l'art, cruciales à la bonne compréhension des relations qui se nouent avec les institutions.

¹⁴ *Idem*, p. 27.

¹⁵ Tel que l'avait défini Zbynek Stransky. 1980. « Museology : science or just practical museum work ? ». *MuWop*, p. 42-44.

¹⁶ Je reprends ici l'expression proposée par Daniel Jacobi. 2013. « Exposition temporaire et accélération ». *La Lettre de l'OCIM*, p. 27-39.

Ces bases permettent de proposer une typologie des différentes relations ainsi que des acteurs impliqués dans les transactions et permettent de comprendre la production de la valeur des objets (chapitre 5). Sont ainsi passés en revue les moments où les musées d'ethnographie achètent ainsi que les rôles des différents acteurs gravitant autour de ces moments, telles que les Sociétés d'Amis de musée. L'absence de relations n'est pas oubliée et l'analyse s'arrête aussi sur les achats/ventes qui ne se font pas ou sur les institutions/marchands qui ne désirent aucune transaction. Cette typologie permet, dans un deuxième temps, de comprendre les catégorisations d'acteurs et d'objets effectuées ainsi que les spécificités du champ de l'objet ethnographique, par rapport aux autres champs de l'art. Cette comparaison met ainsi en évidence l'apport particulier de ma recherche par rapport aux recherches précédentes menées sur les marchés de l'art et leurs relations avec les musées, majoritairement dans le champ de l'art moderne et contemporain. Ainsi, l'absence d'artiste attribué aux objets signifie l'absence d'une singularisation de l'objet par son auteur ainsi que d'une authenticité fixée par le lien entre l'objet et son créateur ; la difficulté de datation inhérente à cette absence d'artiste et à l'histoire particulière d'acquisition de ces objets complexifie encore les processus d'authentification qui participent à l'évaluation des objets. En outre, en dehors de ces caractéristiques inhérentes aux objets, le champ se démarque aussi par des spécificités plus larges : l'histoire coloniale et les contextes d'acquisition des objets – dont la présentation au chapitre 2 prend ici tout son sens – pèsent conséquemment sur les pratiques des acteurs. Il en résulte des enjeux moraux que je passe largement en revue : musées comme marchés mettent en place des stratégies de moralisation/démoralisation de leurs pratiques lors des transactions ou expositions d'objets, de façon à se légitimer ou à délégitimer d'autres acteurs, dans des jeux de pouvoir non dénués entre autres d'intérêts financiers.

Ces caractéristiques mises en lumière permettent de passer brièvement en revue les critères considérés comme des critères de valeur pour les objets ethnographiques. Ce sous-chapitre met en avant la labilité de ces critères et les différentes façons dont chaque acteur entend son interprétation, ce qui me permet d'arriver à une des parties majeures de la recherche : l'étude des processus de justification et de rationalisation de ces critères de valeur. Je montre ainsi que, sur un marché où les biens sont considérés comme en voie de légitimation et où domine la spéculation et une grande part d'arbitraire, cette production et la fixation de la valeur sont intimement liées à la maîtrise d'un certain type d'informations et de connaissances, et à leur mobilisation en des moments précis, davantage qu'en des critères considérés comme intrinsèques aux objets. Je montre ainsi les « prêts-à-penser » développés par l'entier des acteurs du champ pour rationaliser une partie de ces pratiques spéculatives, notamment la mobilisation d'autres champs de l'art, tels que l'art moderne ou contemporain. Ces entreprises de justification sont extrêmement importantes pour stabiliser un champ incertain où domine une asymétrie d'information parfois forte et pour créer une *convention* partagée par tous les acteurs.

Les conclusions majeures de ce chapitre sont au nombre de trois. Tout d'abord, les circuits de reconnaissance de l'objet ethnographique sont dédoublés : la parole d'autorité dans le champ n'est pas forcément cantonnée à l'institution muséale, ni forcément propre aux marchés comme cela a parfois été affirmé dans les analyses sur la reconnaissance de ces objets¹⁷. Le but de cette parole d'autorité est d'objectiver (par des connaissances légitimées) du subjectif (des critères de valeurs parfois fondés sur l'irrationnel et l'émotionnel) de façon à justifier les prix pratiqués. Deuxièmement, il faut pour stabiliser ce champ une convention partagée entre les acteurs. 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 conditionne son développement, il est créé par les acteurs mais les contraint. Finalement, la troisième conclusion concerne l'importance de la mise en place d'un dispositif argumentatif discursif : la production et la maîtrise des connaissances nécessaires à la valorisation et à l'évaluation des objets passent par la production et la maîtrise des discours portés sur les objets. La narration est au cœur du dispositif de valorisation/évaluation des objets. Je note ainsi comment à une prééminence de l'œil, considéré dans les discours comme l'outil majeur du champ permettant de reconnaître « le beau », se substitue dans les pratiques l'importance de l'oreille.

Le discours et le dispositif narratif étant considérés comme des outils clé du processus de valorisation et d'évaluation des objets ethnographiques, je m'emploie alors dans le dernier chapitre (chapitre 6) à passer en revue les expositions présentées par tous les acteurs du champ (les musées avec leurs expositions temporaires et permanentes, mais aussi les maisons de ventes aux enchères et leurs expositions d'avant-ventes ou les galeries et leurs expositions lors des foires et salons) pour mettre en lumière ces procédés discursifs. Cette analyse m'amène à comparer les différentes expositions et à proposer une nouvelle typologie des expositions d'objets ethnographiques non fondée, comme l'on souvent relevé les recherches à ce sujet¹⁸, sur une opposition entre paradigme esthétique (des expositions mettant en valeur les critères formels des objets et occultant les usages et informations les concernant), attribué davantage au monde marchand, et paradigme ethnographique (des expositions présentant inversement davantage les objets dans leur contexte d'utilisation et ne leur reconnaissant aucune qualité plastique) davantage attribué aux musées. Cette analyse aboutit à la conclusion majeure d'un brouillage des frontières et des spécificités entre chaque catégorie d'acteurs.

¹⁷ Par exemple, Estelle Fossey. 2011. Paris, 21^e siècle, capitale des arts d'Afrique noire : le rôle de la scène artistique parisienne dans la construction de la valeur des Arts d'Afrique noire. Thèse non publiée soutenue sous la direction du professeur Bruno Péquignot, Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3.

¹⁸ Par exemple, la typologies proposée par Sally Price (1991. *Primitive art in civilized places*. Chicago : University of Chicago Press 145 p.) dégage quatre modèles ; celle de Benoît de l'Estoile (2007. *Le goût des autres : de l'exposition coloniale aux arts premiers*. Paris : Flammarion. 453 p.), reprise par Nathalie Heinich (2012. *De l'artification : enquêtes sur les passages à l'art*. Paris : Editions de l'Ecole des hautes études en sciences sociales, p. 261-266) s'en tient à trois modèles ; l'exposition du Musée d'ethnographie de Neuchâtel en 2002, *le Musée cannibale*, présentait huit modalités d'exposition de l'Autre.

En conclusion, je souligne dans cette recherche de thèse l'écosystème hétérogène du champ : les catégorisations et hiérarchisations sont perméables et il existe selon moi un écart entre les pratiques et représentations des différentes catégories d'acteurs du champ. Dans les pratiques, le brouillage entre les catégories d'acteurs, entre leurs savoirs et leurs représentations est manifeste. Cependant, les acteurs du champ maintiennent dans leurs représentations et leurs discours une catégorisation stricte entre les rôles et les places de chacun dans le champ. Cette catégorisation permet de rationaliser et de justifier la convention propre au champ créée pour stabiliser et justifier le processus d'évaluation des objets. Cette convention se base principalement sur un dispositif discursif et narratif, particulièrement visible dans les expositions des objets. J'espère au travers de cette recherche avoir souligné les tensions et collaborations qui s'installent autour des objets ethnographiques aujourd'hui et qui témoignent, à mon sens, d'une forme nouvelle de production, d'appropriation, de consommation et de valorisation de l'altérité par notre société.