

2. LA PHOTOGRAPHIE ET LE MARCHÉ DE L'ART



Andreas Gursky, *Board of trade*,
Chicago, 1997

Andreas Gursky est le photographe vivant le plus coté du marché. En février 2007, un exemplaire de son diptyque *99 Cent II* (2001) a été vendu chez Sotheby's à Londres pour la somme considérable de 3,3 millions de dollars. *Pond Moonlight*, une photographie pictorialiste d'Edward Steichen, réalisée en 1904, a rapporté 3 millions de dollars. Mais malgré ces prix spectaculaires, il faut relativiser cette situation

glorieuse de la photographie sur le marché de l'art. *La première partie* de la conférence établira un état des lieux de la valeur actuelle de la photographie en la comparant avec d'autres pratiques artistiques et en différenciant les trois périodes qui définissent chacune un marché spécifique : la photographie « primitive » (le XIX^e siècle), la photographie « moderne » et la photographie « contemporaine ».

Ce n'est qu'au milieu des années 1990 que l'engouement général pour la photographie, qui existe depuis trois décennies, s'est transformé en véritable marché. La création en 1997 de Paris Photo, aujourd'hui la plus grande foire de la photographie mondiale, ou la spectaculaire vente aux enchères de la « collection Jammes » en 1999 étaient, il y a dix ans déjà, des indicateurs visibles d'un marché en plein essor. Or, l'existence d'un marché n'est pas un phénomène naturel. Malgré ses aspects parfois spéculatifs et irrationnels, un marché est le résultat d'une construction avec des règles économiques spécifiques.

La deuxième partie de la conférence décrira de façon exemplaire les différents protagonistes de ce nouveau marché de la photographie : les galeries et leurs artistes, les collectionneurs et les institutions, les foires de l'art, et plus spécifiquement les foires spécialisées en photographie comme Paris Photo, les salons de vente (Sotheby's, Christie's, Drouot) et la vente en ligne par Internet. Mais pourquoi certains photographes coûtent-ils plus cher que d'autres ? Quels sont les facteurs qui influencent les prix ? Comment faire monter les cotes d'un artiste ? Le marché de l'art est déterminé par les trois principales manifestations de l'originalité : la rareté, l'authenticité et l'innovation. En photographie, les deux premiers facteurs sont souvent mis en cause. Existence-ils alors les mêmes règles que dans d'autres pratiques artistiques ?

Dans *la troisième partie* de la conférence, nous décrirons quels sont les facteurs déterminants pour la valeur d'une photographie :

1. Les lois économiques en général (les cotes, la valeur artistique, la reconnaissance de l'artiste, etc.).
2. La place de la photographie dans l'histoire de l'art : une reconnaissance tardive.
3. La spécificité technique du médium (reproductibilité vs « vintage », la notion de rareté en photographie, la hiérarchie des tirages, leur qualité et leur état de conservation, etc.).
4. L'impact des technologies numériques sur le marché de la photographie (la « disparition du négatif », les nouveaux types de tirage, les nouvelles formes de distribution, etc.).

2. LA PHOTOGRAPHIE ET LE MARCHÉ DE L'ART

Photographies de :

Diane Arbus,
Brassaï,
Edward S. Curtis,
Robert Doisneau,
Robert Frank,
Nan Goldin,
Andreas Gursky,
Dorothea Lange,
Robert Mapplethorpe,
Richard Prince,
Gerhard Richter,
Cindy Sherman,
Edward Steichen,
Alfred Stieglitz,
Jeff Wall,
Edward Weston.

Bibliographie sélective :

- « Enjeux et mûes du marché de la photographie », Colloque dans le cadre des RIP d'Arles 2007 (actes du colloque à paraître)
- Denis Canguilhem, « Note sur l'état du marché de la photographie français », in Etudes photographiques 5 (novembre 1998)
- Marché de la photographie (www.artprice.com, novembre 2005)

Sites internet :

www.christies.com
www.drouot.fr
www.sothebys.com
www.parisphoto.fr
www.artprice.com

Le programme détaillé, le calendrier, les fiches ou tout autre renseignement sur le cycle des conférences sur l'histoire de la photographie sont disponibles sur le site :

www.transphotographic.com