

LE STADE DUBAÏ DE L'ART CONTEMPORAIN

François DERIVERY et Claude RÉDÉLÉ

La presse s'étend avec complaisance sur les prix atteints par l'art contemporain, mais elle est curieusement muette sur les relations, manifestement de plus en plus étroites, entre le marché de l'art et le marché financier. Le rôle très particulier de l'art contemporain en tant que produit de placement et de spéculation international fait l'objet d'un déni pudique.

En fait, pour la presse libérale, qui n'oublie jamais sa mission idéologique de conditionner le public, les prix atteints par l'art contemporain constituent moins un argument à charge qu'à décharge. Ces prix ne démontreraient en fin de compte que l'excellence de cet art et, paradoxalement — revanche de l'Art sur l'argent — sont appelés à renforcer le mythe d'une Création libre et désintéressée. Croyance qu'il est du reste vital d'entretenir dans une société bouchée, soumise au pragmatisme impitoyable du monde des affaires.

En apprenant qu'une œuvre de Jeff Koons s'est vendue 21 millions de dollars (« *Hanging Heart* ») la plupart des gens ne peuvent pas imaginer qu'une somme aussi énorme à leurs yeux en réalité ne représente rien — aucune substance artistique. Il en résulte que ces 21 millions de dollars, au lieu de casser la confiance, l'alimentent. Les gens trouvent certes la somme démesurée mais, précisément à cause de cela, ils sont tentés malgré tout de croire en la valeur artistique de l'objet concerné.

En réalité, l'évolution même des formes de l'art contemporain est liée à celle de sa fonction économique dans la société de marché. Et « l'Art » n'apparaît plus guère aujourd'hui que comme la justification idéologique et morale d'un nouveau type de produit financier.

I — DE L'ART MODERNE à L'ART CONTEMPORAIN

L'histoire récente de l'art, depuis la fin de la Deuxième Guerre mondiale, le démontre. L'art moderne défendait un certain nombre de valeurs — engagement social, prise de risque, lutte contre les aliénations individuelles et collectives, priorité du sens sur la forme... — qui, aux yeux d'un nouveau marché mondialisé, ne représentent au mieux que des arguments de vente et au pire des obstacles à ses visées planificatrices.

Il fallait en finir avec l'art moderne, ou plus précisément avec ses exigences éthiques et artistiques — car ses innovations formelles ne cesseront plus jusqu'à aujourd'hui d'être exploitées —, cela avant que ce nouveau marché mondialisé n'ait secrété et mis sur les rails un nouvel Art taillé à sa mesure auquel s'identifier.

A partir de 1945 s'engage un processus de relance néolibérale du capitalisme nord-américain dopé par la guerre. Cette relance économique et financière s'accompagne d'un projet de domination idéologique et culturelle à vocation planétaire. L'art nord-américain arrive en Europe dans les valises du plan Marshall pour contester la domination des places européennes et notamment de Paris.

Moment fort de cette offensive, Rauschenberg obtient le premier prix de peinture de la Biennale de Venise en 1964.

Dans le même temps le marché de l'art se structure au plan mondial sous l'impulsion des grandes banques américaines, inaugurant une ère de domination de l'art des Etats-Unis, qui dure encore sur les places internationales. Cette mainmise favorise l'apparition d'un modèle d'art international en rupture avec les modèles antérieurs nationaux et locaux.

Jusque-là le marché accompagnait l'art plutôt qu'il ne le guidait. Il va désormais vouloir en encadrer, en orienter la production, les formes et les contenus. Il va devoir, dès lors, rompant avec les pratiques marchandes antérieures, définir ses propres critères de qualité et de pertinence : si les critères qui s'appliquent à l'art ancien et aux valeurs déjà reconnues se prêtent moins à la manipulation, il n'en ira pas de même des œuvres produites par et pour le nouveau marché. Ainsi, après une période de transition de quelques décennies, un art international formaté aux besoins du marché et de la finance, et se prêtant à toutes les surenchères idéologiques et marchandes, arrivera à maturité. Il relèguera les formules artistiques antérieures aux rebus de l'histoire : ce sera l'art contemporain.

La transition des mouvements réalistes aux Etats-Unis et en Europe

Formellement et conceptuellement l'art contemporain est l'héritier à distance de la peinture américaine des années 1940-50 : *Action Painting*, *Color Field*... qui préparent et annoncent le Pop Art. Rauschenberg se situe à la jonction de ces deux courants, Ad Reinhardt annonce directement le concepto-minimalisme.

Dans un contexte de guerre froide l'art des Etats-Unis choisit la figuration et éclaire son message. Avec le Pop Art puis l'Hyperréalisme il magnifie la société consumériste nord-américaine et adopte les formes, les couleurs et l'idéologie de la publicité.

Si l'on n'aborde le Pop Art que du point de vue formel, son aspect novateur fait oublier son projet idéologique. C'est du reste la fonction du formalisme que d'esquiver les réalités du sens. Le succès du Pop Art tient à cette ambiguïté : celle d'une forme moderne associée à un propos profondément conformiste, conservateur, nullement subversif.

Avec le Pop Art se précise le projet d'une nouvelle culture de masse, version culturelle du néolibéralisme, destinée à combattre et à remplacer une culture patrimoniale porteuse de valeurs critiques devenues gênantes. Une culture de masse qui n'est en rien celle du « peuple » — comme veut le faire croire le terme même de « Pop Art » —, mais qui se propose au contraire de conditionner les « masses » et de les maintenir sous tutelle.

En Europe, avec un temps de retard, apparaît la Figuration Narrative qui, au départ, prend quelques distances avec le modèle sociétal américain idéalisé par le Pop Art.

Cette velléité critique va rapidement s'autodétruire sous la pression du marché international dominé par le modèle états-unien. La Figuration Narrative (1), mouvement qui se voulait à ses débuts ouvert sur la société réelle (pas de « narration », en effet, sans intention d'apporter un point de vue différent) va rapidement abandonner ce projet à risque et choisir la voie plus confortable et sécurisée d'un nouveau formalisme. La contestation sociale et culturelle des années 1968-72 ne sera qu'une parenthèse dans cette évolution programmée vers un art de complaisance et de révérence envers le pouvoir politique et le marché. Ainsi amputée de son versant perturbateur — une Figuration Critique (2) vite marginalisée — la Figuration Narrative introduit le Pop Art et son idéologie dans la peinture européenne.

Le Nouveau Réalisme constitue l'étape suivante qui mène à l'intégration de l'art français et européen à l'art international né aux Etats-Unis. Les Nouveaux Réalistes, gens majoritairement et authentiquement de droite, et qui n'entendent pas être confondus avec les « engagés » qui crachent dans la soupe, se rendent à New York pour y faire allégeance à Marcel Duchamp. Déplacement doublement symbolique, géographiquement et idéologiquement. Ce geste porte un coup décisif aux vellétés de critique sociale des premiers « narratifs ». Néanmoins l'arrivée du socialiste Jack Lang, opportuniste de toutes les « modernités » et surtout des pires, au ministère de la culture en 1981 favorise l'éclosion d'un mythe tenace, puisque le Nouveau Réalisme sera présenté comme un mouvement artistique subversif et politiquement « de gauche », offrant à ses tenants la possibilité de jouer

avantageusement sur les deux tableaux. Le Nouveau Réalisme inaugure une formule appelée à connaître un grand succès artistique et mondain, idéologique et commercial : celle de la subversion dans le conformisme et de la subversion sur commande.

De Duchamp au concepto-minimalisme

Avec le Nouveau Réalisme l'art (moderne) perd à la fois son romantisme et son engagement politique. Il lui reste à se convertir définitivement aux pratiques et à l'idéologie du marché. En effet, dans un premier temps, un discours de l'art bien orchestré va permettre à beaucoup — amateurs, artistes, critiques, idéologues officiels, professionnels de l'art... — de s'illusionner encore sur l'indépendance de l'art et d'adhérer de bonne foi au mythe de la « liberté de création » au sein d'un système marchand de mieux en mieux organisé et qui impose à l'art ses conditions.

L'intérêt que lui portent les Nouveaux Réalistes est à l'origine de la notoriété de Marcel Duchamp, tiré de l'ombre à point nommé pour être intronisé initiateur et figure de proue d'un art se voulant (voulu) en rupture avec l'art moderne et ses exigences éthiques et signifiantes désormais encombrantes. Duchamp présente le profil idoine pour incarner les vertus cardinales d'un nouveau bréviaire artistique fondé sur le principe d'un art indifférent à la société et clos sur lui-même, idéal produit de marché.

Fils de notaire et d'amateur d'art, Duchamp grandit dans un environnement provincial éclairé. Ses deux frères aînés et sa sœur, mus par une volonté de s'affirmer identique à la sienne, étant eux-mêmes des artistes, il doit trouver sa place. Il n'a d'autre issue que d'affirmer sa liberté d'individu plus qu'aucun de ses modèles. Duchamp a toujours été isolé dans le milieu de l'art où le travail de réflexion se faisait le plus souvent en groupes. C'est un individualiste radical, figé — comme le prouve le voyeurisme de son œuvre ultime — dans une posture d'observateur désengagé en politique et distancié en art.

Les ready made de 1913-17 affirment moins le fait que la pratique artistique a fait son temps (remplacée par le « concept »), qu'ils ne cherchent à marquer, par un exemple provocateur, l'autonomie fantasmée de l'artiste, libre de définir lui-même l'art de par son privilège de créateur autoproclamé. En effet Duchamp n'a jamais abandonné pour sa part la pratique ni la référence aux valeurs de la Renaissance, et il n'est pas l'auteur de la théorie pseudo-duchampienne qui va devenir la référence fondatrice de l'art contemporain dès sa première phase concepto-minimaliste. La manipulation et la surexploitation qui s'annonce, formaliste et droitière, de « Marcel Duchamp » est dénoncée dès 1965 par Aillaud-Arroyo-Recalcati dans « *Vivre et laisser mourir ou la fin tragique de Marcel Duchamp* ».

De son côté le pouvoir culturel souhaite replacer l'art français sur le marché international, et il lui apparaît essentiel, dans cette perspective, de briser le pouvoir des associations et groupes d'artistes qui se mobilisent régulièrement contre sa politique. Il s'attache à cet objectif dans la dynamique du « retour à l'ordre » de l'après Mai 68 et notamment à l'occasion de l'exposition 1972-72 du Grand Palais dite « Expo Pompidou ». Moment décisif, lourd de conséquences, où le pouvoir affirme clairement ses prérogatives et son intention de prendre en main, sans plus de concertation, les affaires de l'art (3). Condition indispensable pour traiter l'art comme une affaire, en mettant la puissance publique au service du marché. Privés d'une voix même consultative, les artistes n'auront rapidement d'autre alternative que de se soumettre aux exigences de l'alliance de l'institution et du marché ou de se résoudre à la marginalité.

De l'atomisation provoquée du milieu de l'art, déjà de tout temps travaillé par des contradictions internes (esthétiques, politiques, personnelles...) émerge, dans les années 1970 un nouveau type d'artiste résolument individualiste, doté d'un projet de carrière et attentif aux

ouvertures offertes par la conjoncture. Une fois le processus d'aliénation au marché enclenché une dérive se produit inévitablement dans la surenchère et l'opportunisme.

A la prise de risque par l'artiste moderne s'oppose le cynisme de l'artiste postmoderne. La revendication de la neutralité de l'art, après « Duchamp », ne nie pas seulement la tradition moderne de l'engagement (politique, social...), condition du sens, elle écarte aussi cette idée même de prise de risque de la part de l'artiste.

Le cynisme, nouvelle éthique et nouvelle déontologie artistique, s'affiche sans complexe dès après la chute du Mur de Berlin (1989) dans l'art et (comme on le verra) dans la finance. L'idéologie de l'apolitisme de l'artiste et de la neutralité de l'art donne naissance à l'esthétique du constat. Le constat n'a rien d'une proposition critique, comme il veut souvent le faire croire. Le praticien du « constat », qu'il s'illusionne ou non sur sa propre neutralité/complicité dans les rapports de pouvoir existants, évite toujours soigneusement de replacer son œuvre dans le contexte de la commande (politique, idéologique, marchande) à laquelle il se soumet. Le constat est une pratique qui, dans le déni, entérine et justifie ce qu'elle montre.

Si le nom de Duchamp est associé à l'avènement du concepto-minimalisme, phase initiale de l'Art Contemporain, il a également joué un rôle important dans le Nouveau Réalisme (4). Avec le Nouveau Réalisme la contre-révolution formaliste s'accomplit en Europe. L'Art Contemporain se dégagera du Nouveau Réalisme quand, les frontières culturelles s'ouvrant, apparaîtra la nécessité d'une redéfinition de l'art permettant de structurer de façon cohérente et de fédérer les divers secteurs de la production, de la diffusion et du commerce de l'art dans la nouvelle société de marché. Le discours de la critique d'art, celle des maîtres à penser plaidant pour leur chapelle — de C. Greenberg à P. Restany — sera alors absorbé par un discours mondialisé destiné à la fois à promouvoir et à justifier le nouvel ordre artistique international.

La théorie du concept fusionne avec celle du constat héritée des Nouveaux Réalistes (manière élitiste et mondaine d'éviter la réalité collective) et avec celle du ready made duchampien formaté à l'aune postmoderne. Le minimalisme, de son côté, est la variable formelle d'adaptation du nouvel art aux fluctuations de la commande marchande. Idéologiquement « conceptualisme » annonce et entérine la fin des pratiques de sens alors que « minimalisme » confirme la rupture avec la tradition.

Au départ le concepto-minimalisme est cependant encore une esthétique, pour laquelle la pratique se veut en accord avec le discours. L'action du marché (entre autres) va peu à peu distendre ce lien. La production artistique va évoluer vers des formes de plus en plus marchandes, le discours de l'art va se constituer en idéologie officielle destinée à occulter cette dérive opportuniste mercantile et bientôt financière.

L'importance stratégique du discours de L'Art Contemporain, s'accroît à mesure que cet « Art » évolue vers des formes plus vides de sens et marchandisées. L'idéologie artistique doit remplir la difficile mission de maintenir chez les acteurs du système (officiels de l'art formés au culte de l'Art et de l'Artiste, collectionneurs-acheteurs, voire marchands et critiques...), une foi en l'Art que les pratiques du marché rendent dérisoire au fil du temps. Tâche néanmoins d'intérêt vital pour la crédibilité de ce même marché.

Dans un premier temps le discours de l'art compense la chute de sa crédibilité et l'écart qui se creuse entre lui et son objet par un surcroît de dogmatisme et d'agressivité doctrinale envers toute forme de contestation et de critique. Ici se donne libre cours la prétention des bureaucrates institutionnels à affirmer leur pouvoir à juger de l'art, prétention qui n'a d'égale que leur aplatissement devant les vedettes du marché (5). Dans un deuxième temps, ce Discours de la Vérité de l'Art renonce à l'argumentation et choisit, faute d'autre solution, la porte de sortie de l'incontinence verbale, de la divagation poétique, de la paraphrase délirante, du charabia pseudo philosophique, du non-sens et de la dénégation... Pas d'autre solution en

effet, pour occulter les rapports inavouables de l'art et du marché, que de célébrer avec toujours plus d'emphase le mythe de l'Art, de la liberté de la Création, de la Subversion permanente et (ultime argument) de l'indicibilité d'un art toujours plus aliéné. Ce discours « artistique », destiné à un public considéré comme arriéré parce qu'attendant toujours de l'art qu'il soit de l'art, en occulte un autre, cynique et plus arrogant encore, qui — comble de la « distinction » ! — affiche désormais au grand jour la collusion de l'art, de la finance, de la mode et des médias.(6)

II — ART ET FINANCE

L'évolution de l'art contemporain est étroitement dépendante de celle du marché de l'art et l'évolution du marché de l'art est étroitement dépendante de l'évolution de la sphère financière.

A vrai dire, parler « d'évolution » à propos d'art contemporain est stricto sensu impropre. Coupé de l'histoire et de la société il ne peut pas changer sa formule. Son inventivité ne peut pas porter sur le travail de sens (seule origine de formes artistiques nouvelles) mais sur l'exploitation de formes et de démarches issues de l'art moderne et, plus encore, sur leur mise en scène grâce à des techniques empruntées à la publicité, aux médias et aux arts du spectacle.

Par contre l'art contemporain est particulièrement sensible aux attentes du marché, elles-mêmes liées aux fluctuations de la conjoncture économique, médiatique et mondaine, et manifeste à cet égard un opportunisme et une capacité d'adaptation que les exégètes officiels n'hésitent pas à baptiser « créativité ». C'est l'origine — dans la droite ligne du Pop Art — de thématiques de plus en plus triviales, prétendues « populaires », qu'affectionnent les vedettes du marché : chien en saucisses de 4m démarqué de Walt Disney (« *Balloon Dog* ») ou portrait de Michael Jackson et se son singe de compagnie de Jeff Koons, ou encore « *Santa* » de Paul McCarthy, un nain de jardin en chocolat de 10 m de haut (encore et toujours Disney !) brandissant un énorme godemiché.

Dans cette logique les grandes foires de l'art et autres manifestations internationales de prestige visent moins, en dépit de leur façade cérémonieuse et agressivement « artistique », à faire le point sur la « création » qu'à proposer de nouveaux produits de placement et de spéculation toujours mieux adaptés à la demande des flux de capitaux prêts à s'investir sur un marché à la fois prestigieux et désormais très sécurisé.

Le modèle Dubaï

Impossible de comprendre cette dérive de l'art contemporain sans l'associer à celle du capitalisme bancaire et financier et à la multiplication des hyper-fortunes qui fournissent ses clients au marché de l'art. On constate, dans le cas de la finance comme dans celui de l'art contemporain, une dérive vers des formes extrêmes — le minimalisme artistique du produit formaté, coopté et garanti par un marché sans frontières répondant à la demande des capitaux flottants d'origines diverses en quête de points de chute ou de virginité.

La multiplication de ces fortunes et capitaux plus ou moins anonymes est le résultat de la privatisation pour l'essentiel du système monétaire. Le public ignore souvent que la création et la gestion de la monnaie échappe aux Etats et qu'elle est aux mains des banques privées. Aux Etats-Unis la FED n'est pas une banque centrale traditionnelle mais un cartel de gouverneurs de 12 banques privées.

« Contrairement à une croyance générale, l'institut d'émission des Etats-Unis est, en fait, une machine à fabriquer de l'argent détenue par un cartel bancaire privé, qui gagne d'autant plus que les taux sont élevés. Mine de rien, il imprime des dollars à bon marché et les revend plus cher. □ L'institut d'émission des Etats-Unis, appelé aussi "Réserve fédérale" ou "FED", revient constamment en point de mire lorsque le monde financier international se demande, anxieux, s'il va modifier son taux directeur ou non. L'abréviation FED se rapporte au "Board of Governors of the Federal Reserve System", c'est-à-dire à la conférence des gouverneurs du "Federal Reserve System" érigé il y a 93 ans. Il s'agit non pas d'une banque centrale traditionnelle, mais de la réunion de cinq banques privées régionales tout d'abord, de douze banques actuellement, disséminées aux Etats-Unis, habilitée chacune à porter le nom de Federal Reserve Bank, un petit nombre d'initiés seulement sachant à qui elles appartiennent. Un seul point est certain: elles n'appartiennent pas à l'Etat. Néanmoins, elles exercent les fonctions d'un institut d'émission de l'Etat. Elles prennent leurs décisions au sein du Federal Reserve Board, dont le président les représente à l'extérieur et dont les séances ont lieu à Washington dans leur propre et imposant monument historique. La plus importante de ces banques privées est la Federal Reserve Bank of New York, qui contrôle l'énorme place financière de cette ville. Ce cartel de banques privées dispose de privilèges incroyables. En imprimant des dollars, la FED convertit à moindres frais du papier sans valeur en dollars et prête ceux-ci aux Etats-Unis ainsi qu'à d'autres Etats et à d'autres banques contre reconnaissances de dettes. Au cours de son histoire, le cartel a donc créé des milliards de créances à partir du néant et encaissé des intérêts en permanence (...). » (7)

Les banques créent de la monnaie à travers l'octroi du crédit et font office d'instituts d'émission publics. En cas de crise financière, comme dans la crise actuelle déclenchée par les *subprimes* aux Etats-Unis, le pouvoir des réseaux bancaires contraint les Etats à colmater les brèches. La mondialisation libérale a entraîné un accroissement des inégalités et de l'instabilité sociale à l'échelle planétaire. La finance libéralisée est un vecteur puissant de ces déséquilibres mondiaux. Les données parlent d'elles-mêmes : 80 % des flux financiers internationaux se concentrent sur une vingtaine de pays qui ne représentent que 22 % de la population mondiale. Et les crises financières se sont accélérées ces dix dernières années pour frapper de manière récurrente les pays émergents d'Asie, d'Amérique latine, d'Afrique et d'Europe.

La plupart des énormes fortunes apparues récemment dans le monde se caractérisent par le fait qu'elles sont d'origine spéculative. La monnaie dématérialisée se déplace depuis les antipodes par téléphone ou Internet à la vitesse de la lumière. Les capitaux engendrés par cette économie virtuelle (8) ne sauraient rester inactifs sous peine de se dévaluer, ils doivent donc s'investir sur des produits financiers appropriés, ceci pour engendrer à nouveau des gains.

Dubaï représente un de ces lieux d'investissement et d'accueil de capitaux spéculatifs et d'avoirs à blanchir (argent de la drogue, des ventes d'armes, de la prostitution...). Les immeubles y poussent de façon anarchique comme des champignons, dans la surenchère, l'extraversion et la démesure (une tour de Dubaï doit mesurer 800 m de haut, soit 2 fois la hauteur de l'*Empire State Building*...), sans autre raison d'être que d'incarner le pouvoir de l'argent. Bâtie en plein désert, indéfiniment extensible, la ville absorbe ainsi en constructions immobilières rutilantes et inutiles un énorme flux de capitaux, jamais tari.

Ce paradis de la finance est un état féodal dominé par un monarque absolu. C'est, par le fait du prince, une zone idéale de non droit défiscalisée pour tous les trafics. La réglementation du travail n'existe pas, les ouvriers de la construction, des étrangers sous payés voire pas payés, sont réduits en l'esclavage et sont cachés dans des bidonvilles à l'extérieur de l'enceinte de la ville. Ici la liberté et l'anonymat des transactions est garantie. Le développement de son économie souterraine est la meilleure police d'assurance de Dubaï contre les attentats suicides et les détournements d'avion.

La transformation des critères de l'art.

Personne n'ignore aujourd'hui qu'une partie non négligeable de l'argent de la spéculation financière internationale se retrouve dans les salles des ventes et s'investit sur le marché de l'art contemporain où, compte tenu d'une législation très favorable qui autorise l'opacité, elle peut à l'occasion se blanchir. Le sujet reste néanmoins tabou : il ne faudrait pas ternir l'image d'un Art « libre », désintéressé et porteur de si hautes « valeurs ».

Un sujet encore plus tabou pour la critique, qui défend comme c'est son rôle ce mythe de la pureté de l'Art, est celui des effets de cet afflux d'argent sur l'art contemporain lui-même, entraîné dans une surenchère permanente à la visibilité et à l'efficacité immédiate.

C'est ici qu'intervient la disposition particulière de l'artiste contemporain — l'artiste « contemporain » étant celui qui comprend comment fonctionne le marché et ce que le marché attend de lui — à s'adapter à l'air du temps et à aller chercher ici ou là les ingrédients d'une prestation qui, comme la dernière mode, paraîtra à la page.

Pour des raisons d'efficacité et de pragmatisme commercial les critères de l'Art se simplifient, se décantent, se caricaturent. Ce qui importe en effet ce n'est pas — ne peut plus être — d'avancer une proposition artistique, par définition discutable. Nous n'évoluons plus ici dans une problématique de jugement de valeur, et le marché doit fonctionner sur des certitudes. Il s'agit par conséquent de confectionner un objet qui soit perçu comme artistique et qui remplisse pleinement, sur cette base, sa fonction de produit de marché.

Certes le discours officiel de l'art et les structures nationales de formation à l'art contemporain et de sélection sont là pour produire un certain type d'œuvres et en programmer l'intérêt artistique. Mais le pouvoir est du côté du marché. Les filières de promotion à l'intérieur des frontières des Etats ne peuvent que proposer leurs produits, elles ne sont pas en mesure de garantir leur succès marchand. Les musées peuvent tenter de promouvoir des œuvres nationales (expositions officielles) mais le résultat international n'est pas davantage assuré. C'est pourquoi l'Etat, en France, s'est mis désormais au service des vedettes internationales du marché (en majorité nord-américaines). C'est ainsi que l'argent public (achats d'œuvres dont les montants restent secrets), et le prestige des musées nationaux (Le Louvre, Versailles (9)) — sont mis à contribution dans des opérations promotionnelles marchandes et spéculatives.

L'art contemporain connaît donc trois phases distinctes. Dans un premier temps, celui du concepto-minimalisme, un discours théorique (ou pseudo théorique) tenu par l'institution artistique (fonctionnaires muséaux, commissaires d'expositions officielles, critiques patentés...) accompagne cette production pour lui conférer une légitimité artistique. Dans un deuxième temps, sous la pression extérieure du marché et des formes d'art qu'il promeut, ce discours, toujours à la remorque de l'actualité et du marché de l'innovation, renonce alors à l'argumentation et se résigne à accompagner ou illustrer les œuvres contemporaines dans une langue poético-philosophique de plus en plus ésotérique.

Dans la troisième phase, celle que nous connaissons aujourd'hui, le « discours de l'art » est définitivement désavoué tant par l'art lui-même que par la réalité du marché. Evolution inévitable, inscrite dans les prémisses mêmes de l'art contemporain que nous avons évoquées plus haut. De même qu'il doit, comme le veut le néolibéralisme, imposer sa loi, le marché doit aussi finir par imposer son (simulacre d') art. Le discours de l'art, auxiliaire institutionnalisé du marché, est réduit alors au rôle d'écran de fumée et de leurre idéologique.

Face à la demande pressante du marché seuls les objets qui se signalent de façon incontestable et au premier abord comme des « œuvres d'art » à l'attention des spécialistes qui guident les investisseurs ont une chance d'émerger du lot. Ces « spécialistes » ne sont pas des critiques ou des idéologues, ce sont avant tout des professionnels du marketing artistique. Le marché n'est pas à l'écoute de la « création » (quel que soit le sens qu'on puisse encore donner à ce mot) : c'est l'inverse qui se produit. Le critère de *visibilité* devient essentiel et se traduit par toutes les formes de mise en spectacle et de provocation : gigantisme des œuvres et

records de poids essayant de faire oublier l'indigence du contenu, couleurs hurlantes et ripolinées, trivialité étudiée du propos, violence, provocations et agressions qui ne « subvertissent » rien mais qui attirent l'œil et accaparent l'attention. Si la trivialité est réputée « populaire » (puisque le peuple est effectivement et délibérément abreuvé de trivialité par les médias) il faut noter que les provocations sont bien ciblées sur le bourgeois et non sur le travailleur de base, qui n'en a cure.

Le bourgeois, le nouveau riche qui s'intéresse à « l'art », n'a en effet pas d'autre façon d'identifier celui-ci que d'en être choqué. Représentation bourgeoise de l'art héritée du 19^e siècle, de ces bourgeois que l'art moderne avait fait souffrir, mais alors avec de bonnes raisons, c'est-à-dire sur la base d'un projet de sens.

« Pour attirer la clientèle la plus huppée certains artistes travaillent la transgression de manière entrepreneuriale » (10). Compte tenu du fait que le produit-art prend le pas sur le projet-art, il s'agit de permettre à chacun d'identifier immédiatement « l'Art » dans la prétendue « modernité » d'une subversion factice. Pour obtenir ce résultat il ne reste qu'à chercher la provocation pour elle-même. Manzoni avait tracé la voie, mais on peut penser, qu'étant le premier à le faire, il donnait encore un sens à son geste.

Le signal « Art contemporain = subversion » (mais sans risque et tout confort garanti) s'adresse à des acheteurs incultes en quête de distinction (11) mais aussi au public qu'il s'agit d'intimider en le persuadant de l'archaïsme de son point de vue et de sa parole. « Toujours dissuader l'individu de se fier à son propre jugement » (12) : entretenir en lui cette certitude qu'il est toujours en retard sur la mode et la vérité de l'Art (qui du reste ne font qu'un).

Pas de plancher, pas de plafond

En résumé Koons ou Hirst sont suffisamment a-esthétiques pour prétendre à une légitimité esthétique. En fait ce n'est pas une quelconque recherche ou pratique ou concept (...) qui fait l'art, c'est le marché et la puissance de ses réseaux capables de créer de la « valeur » artistique à partir de n'importe quoi. Ce qui se vend est de l'art et il n'y a pas d'art qui ne se vende. Ce n'est pas l'art qui fait le prix mais l'inverse. Comme le dit le publicitaire anglais Charles Staachi : « L'acheteur certifie désormais l'artiste, tout comme l'académie le faisait au 18^e siècle. » On peut ajouter que l'acheteur s'intéresse moins à « l'artiste » qu'à la valeur de sa signature : « l'acheteur s'offre moins une « pièce » qu'un prix. » (13)

Et si l'art contemporain se vend c'est que des capitaux sans emploi ont absolument besoin de s'investir, et il leur faut un marché de l'art suffisamment organisé et fiable pour être capable de garantir à la fois la qualité artistique des œuvres et leur prix, c'est-à-dire la fiabilité de ses produits.

La déconnexion entre l'objet et son prix produit ce paradoxe que l'art contemporain ne connaît pas plus de limite inférieure dans l'inexistence artistique que de plafond quant aux prix qu'il peut atteindre. Cela répond parfaitement à la demande des nouveaux investisseurs de l'art. A capitaux volatils art volatil, l'essentiel étant que le marché remplisse son rôle de garant des échanges et du maintien de la confiance. Si l'offre est insuffisante il faut fabriquer de nouveaux produits et le marché de l'innovation artistique, bat tous les jours de nouveaux records de nullité et de prétention. Du moment que le marché garantit le produit en même temps que la confiance, l'acheteur est à la fois assuré et rassuré. Le critère artistique est devenu accessoire, sa peopolisation le remplace avantageusement. Le discours de légitimation artistique reste toutefois nécessaire, car le marché de l'art est censé vendre ... un objet labellisé « art ».

Le marché fait un usage très particulier de l'argument esthétique. Plus le déni de l'esthétique s'affiche dans les objets et plus le recours à un discours esthétique devient

paradoxalement un impératif. C'est ainsi qu'on voit Jeff Koons se recommander de Courbet (en se « l'appropriant » en passant). De ce fait la notion d'art perd tout contenu discriminant. Tout ce qui est considéré comme « artistique » par le marché se vaut : Jeff Koons et Louise Bourgeois, en dépit de ce qui les oppose (entreprise financière contre projet artistique), se côtoient dans les foires de l'art et sont réduits au même dénominateur commun de la valeur financière.

A partir de cette logique pragmatique le marché de l'art contemporain — concept et domaine pourtant hautement distinctifs — est prêt à accueillir dans son sein, loin de toute « exigence théorique », tout ce qui se vend et surtout se vend bien, y compris des modernes ou des postmodernes par ailleurs considérés comme « ringards ». La confusion qui entoure la notion d'art contemporain est cultivée et elle assoit la crédibilité de « l'art » contemporain dans son ensemble (14). Les œuvres, quelles qu'elles soient, sont évaluées ensuite en fonction de la plus-value qu'elles peuvent générer. Il se trouve que le marché de l'ancien est très peu ouvert, que les possibilités de très grosses cotes y sont rares (vendu par son propriétaire un Raphaël a atteint récemment 24,5 M€ chez Christie's à Londres en juillet 2007). Quant aux œuvres plus récentes mais rattachables à une tradition de contenu (abstraites, nouveaux réalistes...), elles ont leurs experts attirés qui les apprécient encore à partir de critères esthétiques traditionnels, ce qui limite les brusques écarts de prix.

Le marché du « contemporain » est donc le seul qui puisse offrir à la finance internationale un produit dont la valeur marchande n'est précisément pas obérée par des considérations d'ordre esthétique a priori, et dont le prix gonflable à volonté peut s'adapter exactement à la demande de l'investisseur.

Le stade Dubai

Au 19^e siècle les riches collectionneurs américains qui achetaient Bouguereau ou Gérôme ne le faisaient pas seulement pour placer leur argent : il leur arrivait de les apprécier pour des qualités artistiques. Les Bouguereau sont bien peints et les Anglo-saxons font de Bouguereau un des grands peintres du 19^e siècle. Donc ces gens-là avaient des goûts – bons ou mauvais, mais des goûts. Aujourd'hui les goûts invoqués sont des alibis : seuls comptent la distinction qu'apporte l'achat (autrement dit, depuis que valeur artistique et valeur financière ne font qu'un : son prix) et l'espoir de gain (plus-value) qu'il représente.

Il n'y a probablement jamais eu d'achat important d'œuvre d'art qui soit totalement désintéressé. Qu'il soit collectionneur ou spéculateur l'acheteur est, plus ou moins consciemment, à la recherche d'un produit de placement et de spéculation. La différence entre le collectionneur et le spéculateur est que le premier apprécie ce qu'il achète, le second ne s'intéressant qu'à sa valeur marchande. Que le gros collectionneur puisse s'illusionner sur ce qu'il « aime » renvoie à la fois à son environnement idéologique, aux phénomènes de mode qui l'influencent ou à sa propre culpabilité d'individu fortuné. La question de l'alibi artistique est au centre de la problématique du collectionneur... mais aussi de l'art lui-même.

L'art ancien et moderne, dont les cotes sont établies, jouent un rôle de valeur refuge, l'art contemporain est une valeur plus franchement spéculative. De plus en plus d'acheteurs d'art contemporain sur le marché international sont anonymes ou sont des sociétés ou des groupes de spéculateurs. La volonté d'anonymat confirme qu'il s'agit d'opérations financières cherchant entre autres à éviter le fisc, bien que la loi protège et défiscalise déjà en grande partie les achats d'art (15). D'une façon générale, à partir d'un certain niveau de prix, le collectionneur cache le spéculateur. F. Pinault, le financier, se présente comme un amateur d'art. Ce faisant il défend avant tout ses investissements. La presse rapporte que « Pinault a craqué devant cette œuvre de Barbara Kruger qui proclame "*I shop therefore I am*" » (16).

L'exemple est significatif : il renvoie à la fois à l'adhésion de l'acheteur à un simulacre de critique de la société de consommation et au calcul de l'artiste qui, sous prétexte de « constat », pratique un cynisme de bon ton.

Au début du 20^e siècle les marchands et les collectionneurs prenaient un risque, celui de voir les œuvres qu'ils achetaient perdre leur valeur. Mais les réseaux marchands étaient alors divers et sans liens entre eux. Aujourd'hui le marché mondial, même constitué en réseaux concurrents, s'organise pour offrir à l'acheteur investisseur un maximum de garanties. Le marché de l'art s'est structuré à l'échelle mondiale et s'est érigé en monopole précisément dans le but d'éliminer à terme le risque conjoncturel, notamment après la crise des cours de l'art en 1991-92.

Pour les gros achats le marché en est maintenant à garantir non seulement des prix de revente mais aussi des gains à venir. Certaines maisons comme Christie's perdent ainsi parfois des sommes considérables. La règle est désormais, en dépit des lois du marché, que ce n'est pas aux gros investisseurs de payer les pertes ou les manques à gagner. Les ventes record soutiennent en effet le marché de l'art, son prestige et sa crédibilité. En fait, plus l'achat est cher, plus il prend date, et moins il est risqué, et plus il appelle à d'autres achats élevés qui renforcent à leur tour la confiance dans le marché. (17)

La spéculation sur l'art existe depuis très longtemps, la financiarisation de la sphère de l'art est un phénomène récent (années 1960-70). On voit le collectionneur remplacé par un conseil d'administration. Le marchand est dessaisi de son pouvoir par le financier qui le soutient et impose ses poulains. Auparavant les décisions « artistiques » étaient prises par des spécialistes et-ou praticiens de l'art, désormais ce sont les investisseurs qui font l'art.

La démesure des gratte-ciel de Dubaï comme l'emballement du marché de l'art ont la même origine : l'espoir de gain. Et la géopolitique s'en mêle. La montée en flèche de l'art chinois sur le marché international montre à quel point ce dernier est mû par une dynamique géopolitique plutôt qu'artistique. Selon des critères « contemporains » la peinture chinoise devrait logiquement être considérée en occident comme « ringarde ». Ses qualités techniques traditionnelles la rattachent plutôt en effet au Pop Art et au Nouveau Réalisme. Mais la Chine est un marché « émergent » (le marché de l'art contemporain chinois, qui n'existait pas il y a 5 ans, est déjà plus important que celui de la France). D'autre part rien n'interdit de coller sur cette peinture chinoise — ce qui se fait avec probablement l'aval des autorités chinoises elles-mêmes — une étiquette de « dissidence » idéologiquement et médiatiquement porteuse (18). Par exemple aucun élément tangible, à part la forme de quelques tuiles sur un mur censée renvoyer au décor de la place Tien-an-Men, n'autorise à relier la peinture de Yue Minjun « *Exécution* » (1995) à une critique du régime chinois. Les exécutés comme l'exécutant sont hilares, le geste de l'exécution est seulement mimé. En fait l'œuvre n'est pas « engagée », elle relève tout au plus de l'esthétique cynique et résignée du constat.

Cette œuvre a été vendue à un acheteur russe 6 Millions de \$ (4,2 M€) — la plus grosse cote atteinte à ce jour par un artiste chinois vivant. Mais ce prix est bien inférieur à ceux des artistes anglo-saxons qui — suprématie militaire et financière oblige — occupent le haut du pavé. (19)

Il faut prévoir que la spéculation sur l'art va prendre encore de l'ampleur, jusqu'à un krach qui, en dépit des garde-fous, finira par se produire. Car, dans la mesure où ses prix ne sont pas plafonnés — et c'est là l'intérêt tout particulier et unique du produit « art contemporain » —, l'achat d'œuvres labellisées et garanties par le marché devient un auxiliaire essentiel du système financier dans son ensemble. Et cela en dehors même de son rôle traditionnel et apprécié de « lessiveuse » (de machine à blanchir et à moraliser l'argent sale). Il y a de plus en plus d'argent à investir ou à recycler, et les produits financiers adaptés ne sont pas en nombre illimité.

La bulle artistique est une excroissance de la bulle financière. Elle connaîtra le même destin le jour, peut-être proche, où l'économie réelle reprendra ses droits sur l'économie financière et spéculative. Les gros investisseurs voudront alors tous et en même temps réaliser leurs mises et le réseau des réassurances ne sera plus en mesure de répondre à la demande. Dès lors, par un effet domino, les marchands et les intermédiaires feront faillite les uns après les autres et les prix s'effondreront.

La baudruche de l'« art » contemporain et de ses prix se dégonflera. Le roi sera nu.

François Derivery
Claude Rédélé

notes

1. Titre d'une exposition organisée par G. Gassiot-Talabot au Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris section ARC en 1964.
2. A ne pas confondre avec le salon du même nom, fondé en 1977.
3. « *L'Exposition 72-72* », E.C. Edition, 2001.
4. Cf. Y. Klein « *Maquette de chèque, pour une vente de zone de sensibilité picturale immatérielle* », Paris, automne 1959.
5. Cf. Jeff Koons reçu en « vedette américaine » au Grand Palais par un parterre d'officiels obséquieux (exposition Courbet, octobre 2007).
6. On se souvient d'une interview télévisée du marchand d'art Nahon.
7. *Horizons et débats/International III*, 2007.
8. L'économie réelle (marché des biens et des services) ne représente plus à ce jour que 2,2% de l'ensemble de l'économie mondiale. Pour l'année 2005 (199 pays) le chiffre total des transactions interbancaires s'est élevé à 2 069 300 Milliards de \$. En comparaison le montant des transactions portant sur l'économie réelle n'était que de 44 800 Milliards de \$. Le marché des produits dérivés (principalement celui des assurances et réassurances contre les risques spéculatifs et de change...) est passé à lui seul depuis 25 ans de 1 000 à 1 406 900 Milliards de dollars. (Le Monde, 5.09.2008.)
9. Ian Fabre au Louvre, Jeff Koons à Versailles — à l'invitation de J-J. Aillagon, le factotum de François Pinault, qui soigne ainsi les placements de son patron.
10. □Philippe Pataud, *Le Monde Diplomatique*, août 2008.
11. « La consommation matérielle ou symbolique de l'œuvre d'art constitue une des manifestations suprêmes de l'aisance... », Bourdieu, « *La Distinction* », 1979.

12. Ph. Pataud, id.

13. □ Id.

14. Ainsi « l'art contemporain » n'hésite pas à annexer des œuvres d'une réelle valeur artistique, comme celles d'Anselm Kiefer ou de Louise Bourgeois, qui n'ont rien à voir avec les produits formatés et minimalistes de Koons, McCarthy ou Serra.

15. Ces œuvres sont en général conservées dans des coffres de banques. Il est également possible d'acheter des parts dans des œuvres d'art qui se négocient sur le marché.

16. *Le Monde*, 6-7 juillet 2008.

17. Christie's, Artcurial, Sotheby's ont enregistré en 2007 une augmentation moyenne de 29,3% de leur chiffre d'affaire.

18. Cf. l'exploitation politique et marchande des artistes dissidents d'URSS jusqu'après la chute du Mur de Berlin.

19. Koons : « *Diamant blue* » : 11,8 M\$; « *Hanging Heart* » : (« acier, chrome, cuivre jaune, 296x215x101, 2 tonnes ») : 21 M\$. Hirst : « *Lullaby spring* » (étagères de gélules pharmaceutiques « peintes à la main ») : 19,2 M\$...