

Le prix du beau

In: Genèses, 36, 1999. pp. 35-53.

Citer ce document / Cite this document :

Cukrowicz Hubert. Le prix du beau. In: Genèses, 36, 1999. pp. 35-53.

doi : 10.3406/genes.1999.1578

http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/genes_1155-3219_1999_num_36_1_1578

Résumé

■ Hubert Cukrowicz : Le prix du beau Comment, en l'absence de toute cotation et d'un marché structuré, les peintres amateurs fixent-ils le prix des œuvres qu'ils mettent en vente ? À partir d'une trentaine d'entretiens menés dans l'agglomération lilloise et d'une estimation des prix pratiqués lors d'expositions publiques nous avons tenté de mettre au jour, au-delà des justifications explicites des artistes, les déterminants de la mise à prix des tableaux d'amateurs. Nous avons ainsi discerné l'influence sur le montant des prix de l'idée qui prévaut dans le public des peintres locaux mais aussi chez les artistes eux-mêmes de la somme maximum qui peut être accordée au superflu et au luxe, qu'il s'agisse d'objets artistiques ou de décoration. La gamme des prix proposés est aussi un indicateur des représentations que les artistes amateurs se font de leur pratique mise en rapport avec celle des professionnels. Si ces derniers se réfèrent à l'histoire de l'art pour chercher à transformer les codes picturaux, les amateurs veulent, avant tout, reproduire la beauté qu'ils perçoivent dans la nature. Le prix qu'ils affichent ne renvoie pas alors à la - gratification financière d'un acte créatif: garanti par une culture mais à un coût de production qui inclut les matières utilisées, le temps de conception et de fabrication du tableau, la mobilisation d'une qualification. Ainsi, les mises à prix des tableaux sont-elles sous l'emprise de deux effets : celui des conceptions du juste prix du beau émanant du public des peintres amateurs et celui des représentations que les artistes ont de leurs pratiques picturales. .

Abstract

The Price of Beauty How do amateur painters set the prices of the works they put on sale, in the absence of any quotations on a structured market? We have attempted to bring to light the determining factors in setting the price of amateur paintings, beyond the explicit justifications of the artists, on the basis of some thirty interviews in the metropolitan area of Lille and estimated prices at public exhibitions. Thus, we have been able to detect that prices are influenced by the idea, prevalent among the audience of local painters as well as among the artists themselves, of the maximum amount that can be allocated to the superfluous or to luxury, whether it be an artistic object or decoration. The range of prices proposed is also an indicator of how amateur artists view their artistic practice in relation to that of the professionals. Whereas the latter refer to the history of art in seeking to transform pictorial codes, amateur artists are seeking, before all else, to reproduce the beauty they perceive in nature. Hence, the prices they display do not refer to the financial gratification of a creative act guaranteed by a culture, but to the cost of production which includes the materials used, the time required to conceive and complete the painting and the use of a skill. Thus, setting the prices of paintings is itself influenced by two factors: the idea of the fair price for beauty emanating from the audience of amateur painters and the representations that the artists have of their painterly practices.

LE PRIX

DU BEAU*

Hubert Cukrowicz

Les artistes, et les peintres en particulier, manifestent une certaine réticence à expliciter le lien établi entre leurs activités de création et les avantages économiques qui en résultent. Si la plupart des créateurs sont tenus de s'adapter à un marché, ils espèrent, en défendant la finalité désintéressée de leur démarche, se préserver de toute forme de compromission et de contrainte limitant leur faculté d'expression. L'art, domaine de l'effort créatif au service de valeurs esthétiques générales, peut entrer en contradiction avec un commerce d'abord régi par des intérêts économiques individuels¹. Cette réticence commune aux artistes peut prendre des aspects radicaux chez certains des peintres amateurs que nous avons interrogés². Pour eux, la vente d'une œuvre est présentée comme la trahison d'un idéal artistique, la toile ne pouvant qu'être détruite, conservée par l'artiste ou offerte à des personnes choisies susceptibles de la comprendre: «Vendre? Non, jamais. Je ne le ferai pas, je ne pense pas. Je travaille pour mon plaisir ou pour offrir. J'aurais l'impression de perdre un peu de ma personne en vendant. Je préfère donner que vendre». Cette dénégation de l'intérêt commercial de l'œuvre peut être une manière de «faire avec» les difficultés des opérations effectuées sur le marché local d'une production proche de ce que Raymonde Moulin appelle le simili-art³. Moins la vente d'une œuvre est une éventualité imaginable et plus l'artiste amateur valorise l'indépendance de l'art par rapport aux contingences économiques. Mais cette attitude extrême ne concerne qu'un peintre sur cinq dans la population d'amateurs observée. Les autres amateurs proposent leurs œuvres à la vente tout en affirmant que la réalisation d'une transaction commerciale n'est aucunement le but de leur entreprise artistique. Tout au plus, la vente est-elle une occasion à saisir qui reste en dehors de la pratique artistique soutenue par ce qu'un artiste amateur nomme «la nécessité de peindre». Reste

* Les illustrations reproduisent les toiles de peintres amateurs de la région lilloise. Que soient ici remerciés pour leur contribution: N. Pruvot, R. Rouet, D. et J.-M. Trenel, S. Wiebouw

1. Michèle Vessillier-Ressi, *La condition d'artiste: Regards sur l'art, l'argent et la société*, Paris, Maxima, 1997.

2. Dans l'agglomération lilloise, 29 entretiens de peintres amateurs ont été réalisés. L'analyse de 23 d'entre eux figure dans: Hubert Cukrowicz, Catherine Baichère, Claude Bonnette-Lucat, *L'Art du cru*, CLERSE-IFRESI, 1997.

3. Raymonde Moulin, *L'artiste, l'institution et le marché*, Paris, Flammarion, 1997.

DOSSIER

Amateurs et professionnels

Hubert Cukrowicz
Le prix du beau

Illustration non autorisée à la diffusion

*« Je l'ai fait pour mon plaisir.
Je suis séduite par
les paysages fleuris ». © D. R.*

que la valeur à la vente des œuvres demeure, et tout le monde en est conscient, le critère le plus fiable de la notoriété de l'artiste.

L'absence de cotation

4. Une réflexion sur les différentes manières de définir l'amateurisme et le professionnalisme en peinture figure dans: Isabelle Lajarte, *Les Peintres amateurs*, Paris, l'Harmattan, 1991.

5. Comment gérer l'ambiguïté et l'incertitude de la valeur de l'œuvre? Charles W. Smith montre comment établir des significations sociales et un consensus autour des mises à prix au cours des ventes aux enchères dans *Auctions. The social Construction of value*, New York, The Free Press, 1989.

Lorsqu'un peintre accepte de vendre, il est confronté au problème de la fixation du prix de son tableau. Pour l'amateur, cette opération diffère de celle du professionnel⁴. Ce dernier est soutenu dans l'évaluation de ses toiles par des procédures qui, dans le milieu des arts plastiques, sont suffisamment admises pour rassurer un éventuel acheteur sur la valeur esthétique et monétaire des œuvres qu'il trouve sur le marché de l'art et le convaincre d'en accepter le prix⁵. Voici comment un artiste professionnel explicite le passage de l'exercice amateur de la peinture à la pratique professionnelle. Il importe de noter que, dans

ses déclarations, la vente des toiles et le volume des ventes sont des faits déterminants dans l'effectuation de cette transformation de statut. Ainsi, l'intérêt porté à l'attitude des amateurs à l'égard de la commercialisation de leurs productions contribue à clarifier la distinction entre amateurs et professionnels :

« Arrive un moment où l'amateur qui a vendu un certain nombre de toiles se pose la question de la déclaration fiscale. Je lui conseille de poser directement le problème à l'inspecteur des impôts qui jugera si l'activité artistique est lucrative. Il faut conserver les factures d'achat de matériel, de cadres, de frais d'exposition. Si l'inspecteur estime que l'amateur entre maintenant dans le cadre professionnel, celui-ci s'inscrit à la maison des artistes pour déclarer ses impôts et payer des charges sociales. Dans le cas contraire, l'amateur incorpore le bénéfice lié à l'activité artistique dans sa feuille d'impôts. Je pense que jusqu'à un bénéfice net de 20 000 francs, il n'y a pas de déclaration séparée. Les artistes professionnels reconnus font une déclaration contrôlée par un centre de gestion. Dans la région cela concerne une vingtaine d'artistes⁶. »

L'importance des ventes d'un artiste est elle-même liée à sa notoriété que consacre la cote. La cote d'un artiste professionnel, principalement déterminée par la ou les galeries qui le promeuvent, indique un prix du « point » qui renvoie aux dimensions de la toile proposée. La cote, publiée dans un certain nombre de guides spécialisés⁷, est censée traduire en valeur fiduciaire la notoriété de l'artiste, notoriété mesurée par le niveau de ses ventes antérieures, sa participation à des expositions prestigieuses, son éventuelle figuration dans des collections privées ou, plus rarement, dans des musées d'art contemporain, sa renommée auprès des critiques d'art et la manière dont les publications consacrées à l'art rendent compte de son travail. R. Moulin peut conclure ainsi son chapitre sur la construction des valeurs artistiques : « Le marché de l'art, même s'il a cette particularité de pouvoir être manipulé à un très haut degré, reste le lieu où s'opèrent les transactions et où se forment les prix. Par là, il est, en quelque façon, l'épreuve de réalité des évaluations culturelles et des reconnaissances sociales opérées en dehors de lui⁸. » Comment s'effectue alors l'évaluation – et son épreuve de réalité – d'œuvres qui cherchent à se placer sur un marché local – souvent limité aux dimensions d'une commune – de l'art amateur ? En l'absence de cotations des artistes et d'institutions qui les classent, comment se détermine le prix du tableau ?

6. Un article de Harry Bellet et Michel Guerrin dans *Le Monde* du 8 avril 1995 apporte d'utiles précisions : « Pour bénéficier de la couverture sociale, l'artiste doit dégager un bénéfice, tous frais payés (loyer, matériel, etc.) de 42 000 francs par an (3 500 francs par mois). Une somme modeste. Et pourtant, 3 000 des 12 000 affiliés (à la sécurité sociale des artistes) n'y arrivent pas. »

7. Jacky-Armand Akoun, *La Cote des peintres*, Paris, l'Amateur, 1999 ; *International Art Price indicator 98 : painting, drawing, prints, sculpture, photography*, St Romain au Mont d'Or, Art Price Annual, 1997 ; Mayer 1998 : *Le livre international des ventes aux enchères, 1^{er} janvier-31 décembre 1997, estampes, dessins, aquarelles, peintures, sculptures*, Lausanne, Acatos, 1998.

8. R. Moulin, *L'artiste, l'institution...*, op. cit., p. 79.



DOSSIER

Amateurs et professionnels

Hubert Cukrowicz

Le prix du beau

La mise à prix du tableau dans les expositions publiques

Avant de s'interroger sur la manière dont procède le peintre pour faire son prix, il s'avère utile d'observer, le plus objectivement possible, les prix auxquels se cèdent les toiles d'amateurs sur un marché local, en l'occurrence celui de Lille et sa banlieue. Les transactions entre peintres et clients ne sont pas toutes publiques et pas toutes publiées. Bien des ventes s'effectuent de la main à la main sans qu'il soit possible de relever les niveaux de prix des tractations. Les chiffres que nous pouvons examiner témoignent de la part que l'on peut qualifier d'officielle du marché de l'art amateur. Cette part est pourtant essentielle car, pour se faire connaître et éventuellement vendre, le peintre a tout intérêt à se soumettre, du moins en début de carrière, au marché officiel. Il doit, en fait, s'afficher et afficher ses prix dans le cadre d'expositions publiques pour trouver la notoriété nécessaire à l'émergence d'une demande de la part d'acquéreurs. Écoutons comment le peintre amateur J. H. décrit la carrière idéale d'un artiste qui a la volonté de vendre ses œuvres⁹:

« Pour vendre, le peintre doit mettre en place un plan d'action. Il lui faut d'abord s'inscrire dans une association pour pouvoir participer à des expositions locales, de mairie. Les premières expositions collectives sont des expositions d'observation. Il indique "collection privée" ou "réserve" sur ses tableaux, examine ce que les autres peintres réalisent et à quel prix ils mettent leurs toiles en vente. Rapidement, il peut se situer par rapport à la production locale, s'évaluer par rapport à l'offre. Pour aller plus loin, le peintre doit s'efforcer d'être bien conscient de sa propre valeur, ne pas surévaluer ses œuvres. Il gagne à demander conseil à des peintres déjà connus. Après, il peut afficher un prix lors d'expositions collectives... L'étape suivante consiste à exposer avec un nombre restreint de peintres; trois ou quatre. Les frais de l'exposition sont ainsi partagés. En général, les exposants s'arrangent pour ne pas être en concurrence directe, chacun utilisant une technique différente ou se consacrant à des thèmes différents. Un accord se fait sur les prix pratiqués, prix légèrement plus élevés que dans le cadre d'une exposition collective. Mais il faut veiller à ne pas pratiquer des prix qui décourageraient les acheteurs. L'étape suivante est l'exposition personnelle. Le coût en est élevé. Il faut pouvoir présenter 30 à 40 œuvres et assurer les frais d'exposition. Parallèlement à ce passage de l'exposition collective à l'exposition personnelle, le peintre doit chercher à participer à des manifestations artistiques dans sa ville, dans les villes limitrophes puis se produire dans le département et dans la région. »

9. Il est probable que cette stratégie est partiellement suivie par des peintres qui, d'emblée, s'estiment professionnels.

De cette progression idéale de l'artiste amateur vers une reconnaissance régionale, nous retiendrons le

mécanisme initial de la fixation du prix du tableau. Alors que la peinture est avant tout, du moins dans les discours des enquêtés, une expression et une performance personnelle, son évaluation monétaire renvoie dès l'abord aux pratiques, en matière de prix, de la communauté locale des peintres. Il ne s'agit pas pour l'amateur débutant de savoir à quel prix les tableaux se vendent, mais bien à quels prix les amateurs chevronnés mettent leurs œuvres en vente – «s'évaluer par rapport à l'offre» et non analyser directement la demande. Le but est-il de se conformer aux habitudes et aux pratiques des artistes locaux pour mieux intégrer leur groupe ou alors de bénéficier d'une expérience qui conduit plus sûrement à la vente ? L'évolution de la carrière idéale du peintre amateur permet d'avancer un élément de réponse. L'intégration, si elle est visée, l'est à titre provisoire puisque l'objectif du peintre semble être de se distinguer le plus vite possible du collectif en exposant seul. De même, un bon prix dans le cadre d'une exposition collective renvoie d'abord aux circonstances de la mise en vente. Une toile équivalente sera affichée à un prix supérieur dans une exposition en solo. Peu d'artistes amateurs dépasseront le cap des expositions collectives¹⁰. Une manière transitoire d'évaluer les prix risque fort de devenir définitive. Mais l'avenir escompté de professionnalisation, dans la plupart des cas illusoire, n'en est pas moins révélateur. Lorsque le peintre met en vente ses œuvres dans un cadre collectif, il n'estime pas à proprement parler le prix de son travail et de sa création. Si tel était le cas, il augmenterait sensiblement ses exigences. En accordant son offre sur les prix pratiqués par ses collègues, il ne se réfère pas à une cote personnelle mais à l'estimation collective locale de ce que peut valoir une œuvre d'art, estimation qui, exprimée au travers de l'expérience des peintres amateurs rompus à la vente, doit finalement renvoyer à l'opinion que les acheteurs potentiels ont de la juste valeur d'une œuvre d'art. Cette valeur monétaire renvoie à l'idée que l'on se fait, dans un milieu donné, du prix maximum que l'on peut accorder au superflu et au luxe. Dans le cas de l'artiste professionnel, les mécanismes du marché de l'art conduisent finalement à l'évaluation d'une personnalité – dont le nom est l'équivalent d'une marque commerciale – et ce sont les caractéristiques, réelles ou supposées, de cette personnalité qui sous-tendent l'évaluation des œuvres proposées. Les qualités décrétées du créateur sont à la source de la valeur monétaire du tableau. Dans le cas de l'amateur, la personnalité

10. La carrière de l'amateur est analysée dans : Olivier Donnat, *Les activités artistiques amateurs des Français*, Paris, La Documentation Française, 1996.

Illustration non autorisée à la diffusion

« *J'ai eu envie de peindre lorsque j'ai une envie de décoration* ». © D. R.

11. Sur la structure et les effets du marché local de l'art, voir Dominique Pasquier, « Une peinture de sociabilité », in *Cahiers de l'observation du changement social*, CNRS, vol. 28, 1982, pp. 63-96.

12. Si effectivement les peintres amateurs vendent de manière privilégiée dans leur milieu d'origine, il importe de connaître leur catégorie professionnelle. L'analyse secondaire de l'enquête sur les pratiques culturelles des Français (La Documentation Française, 1990) permet, à partir de 63 enquêtés, d'évaluer, pour chaque PCS (Professions et catégories socioprofessionnelles), la part de pratiquants d'un art plastique dans la région Nord. Le taux général de pratique est d'environ 17,5% pour le Nord contre 15,6% pour la France entière. Pour 100 ouvriers, 20 dessinent ou peignent. Pour les autres PCS, les taux de pratique sont les suivants : 16% de cadres et d'intermédiaires, 10% d'employés, 6% de retraités, 4% d'indépendants, 29% d'autres inactifs (essentiellement des lycéens et des étudiants).

de l'artiste ne garantit pas, par son génie propre, le prix des tableaux. Ces derniers se voient pris dans une estimation globale des œuvres picturales produites dans un lieu et un milieu donnés quels qu'en soient les auteurs – et quoi qu'ils en pensent¹¹. Et si l'on fait l'hypothèse que les acheteurs locaux potentiels de l'art amateur sont tenus éloignés de l'art légitime, il est à parier que cette estimation prend en compte une gamme d'objets qui adjoint aux œuvres d'art des articles de décoration. Le tableau en effet, une fois dépouillé de son aura culturelle, n'a pas à être séparé *a priori* des articles destinés à parfaire l'aménagement d'une demeure. Les réactions mêmes des peintres amateurs nous incitent à penser dans ce sens. Lorsqu'elle n'est pas donnée, vendue, stockée ou détruite la toile sert, la plupart du temps, à décorer le domicile du peintre. Si une distinction est clairement établie entre décoration d'ameublement (bibelots, étoffes...) et accrochage de toiles, le tableau, bien que captant une forte charge émotionnelle, est néanmoins utilisé pour mettre en valeur l'aménagement d'un intérieur et contribuer à établir l'ambiance des pièces d'habitation. Les acheteurs éventuels des toiles d'amateurs, proches culturellement des peintres qu'ils affectionnent¹², privilégient

sans doute la fonction décorative d'œuvres auxquelles ils ne sont pas affectivement liés.

La manière d'estimer globalement la production des amateurs locaux que reflèterait en fait la mise à prix des œuvres permet d'expliquer l'étroitesse de la fourchette des prix des toiles proposées dans le cadre des expositions collectives de la région lilloise. À partir de 10 catalogues d'expositions de peintres amateurs (catalogues émanant d'associations de peintres des villes de Croix, Lille, Roubaix, Villeneuve d'Ascq et Wattrelos) nous avons effectué un repérage des prix des œuvres proposées à la vente. Il apparaît que, sur les 2528 œuvres prises en compte, 36 % sont affichées au prix maximum de 500 francs. Au-dessus de 500 francs et jusqu'à 1 000 francs, nous dénombrons aussi 36 % des œuvres, ce qui porte à 72 % du lot (1834 toiles) les œuvres cédées à 1 000 francs maximum. La tranche supérieure, jusqu'à 2 000 francs, comprend 19 % des œuvres. Au-delà nous ne trouvons que 9 % des œuvres mises en vente¹³.

Dans ce décompte, nous n'avons pas distingué la technique employée par les peintres – principalement des aquarelles ou des huiles sur toile, les pastels étant relativement rares – ni la dimension des tableaux. Cette dernière donnée est pourtant déterminante lorsqu'il s'agit de peintures signées par des professionnels. Aux objets réellement exposés, nous avons substitué une entité abstraite (l'œuvre picturale) qui nous permet d'appréhender, au-delà des nuances justifiées par les caractéristiques spécifiques des surfaces peintes, le fait essentiel de la mise à prix de l'art amateur : près de trois quarts des œuvres proposées à la vente n'excèdent pas la valeur de 1 000 francs. L'examen d'un catalogue de vente par correspondance nous donne des éléments de comparaison : les objets de décoration de la maison qui, en raison de leur prix, risquent d'être en concurrence avec la toile d'amateur. Entre 400 et 1 000 francs, il est possible de se procurer un miroir (449 francs), une paire de rideaux (458 francs), un paravent (499 francs), un fauteuil en hêtre (650 francs), un tapis (849 francs), une vitrine (890 francs), un lampadaire (895 francs), une petite bibliothèque (990 francs)... La toile peut également être mise en balance avec des objets de consommation tournés vers les loisirs (un autorameur à 799 francs par exemple). C'est probablement une fois ces objets acquis que l'acheteur potentiel songe à parfaire l'ambiance de son salon en se procurant un tableau. Il peut

13. À propos de cette répartition des prix des tableaux (moins de 10 % d'œuvres au-dessus de 2 000 francs) il serait possible d'évoquer la réflexion de Pierre-Michel Menger qui préconise la nécessité d'une surproduction d'œuvres pour réduire les incertitudes du marché de l'art (P.-M. Menger, « Rationalité et incertitude de la vie d'artiste », *l'Année sociologique*, 1989, pp. 111-151).



DOSSIER

Amateurs et professionnels

Hubert Cukrowicz
Le prix du beau

d'ailleurs hésiter entre une reproduction encadrée imitant une peinture à l'huile proposée dans un programme télé à 640 francs, une reproduction d'œuvre de maître encadrée affichée à 300 francs en grande surface et une véritable toile d'amateur offerte à 500 francs.

Les justifications des mises à prix

Armés de ce résultat chiffré sur le comportement commercial des amateurs, nous pouvons examiner la manière dont ces artistes tentent de justifier la formation des prix des toiles qu'ils mettent en vente. Aucun peintre ne se réfère à une valeur objective de l'œuvre ou à une valeur fixée objectivement par le marché. Par exemple, l'amateur J. C. P. déclare: «Le prix du tableau dépend du fait que vous ayez faim ou non. Si vous avez faim, vous le vendez 500 francs, si vous n'avez pas faim, vous le vendez 50000 francs. Si vous avez faim, vous le vendez pour manger, sinon vous avez le temps.» L'alternative est posée entre un besoin physiologique qui doit être satisfait immédiatement sous peine de nuire à l'intégrité de la personne et un temps extensible, en tout cas très long, qui ne peut s'inscrire *a priori* dans les limites d'un agenda. Les deux temporalités évoquées échappent en fait à la planification, la première parce que compressée à l'extrême par l'urgence, la seconde parce que distendue et trop hypothétique. L'artiste n'hésite pas à multiplier par 100 le prix du tableau en passant de la nécessité biologique à l'indétermination du temps de l'attente sans bornes. Le prix dépend bien pour lui des circonstances vécues au moment de la mise en vente. Il n'est nullement question ici d'un état du marché de l'art amateur ou des caractéristiques économiques des clients potentiels de l'artiste. Le peintre cède son œuvre à bas prix s'il a besoin d'argent. Et à 500 francs son œuvre a des chances de trouver preneur. S'il peut attendre, il lui est possible de rêver à une vente exceptionnelle qui, d'un coup, lui rapporterait autant que la vente de 100 tableaux alimentaires.

Le prix de 500 francs est aussi celui que L. R. annonce pour une toile: «À 500 francs, je peux espérer la vendre, à 3000 francs c'est réglé, je ne la vendrais pas. J'ai l'autosatisfaction de me dire que ce que je fais vaut 3000 francs, mais c'est complètement artificiel puisque c'est moi seul qui en décide. Je n'ai jamais joué à ça mais certains peintres, amateurs comme moi, gonflent leurs prix». En

l'absence d'une cotation par le marché, la valeur de la toile paraît « complètement artificielle » puisqu'elle est fixée par le peintre a priori bien disposé à l'égard de ses œuvres. Mais L. R., comme J. C. P., estime qu'à 500 francs, il peut espérer vendre sa toile. D'après notre estimation des prix pratiqués par les amateurs qui participent aux expositions collectives, nous savons que 36 % de l'offre locale d'œuvres picturales ont une valeur plafond de 500 francs. L'appréciation subjective de L. R. de la mise à prix raisonnable d'un tableau rejoint ici notre observation de l'offre d'œuvres d'art. Le calcul d'un autre amateur, J. C. B., laisse apparaître un bénéfice d'environ 200 à 300 francs pour une toile vendue 500 francs. Cette évaluation accrédite l'affirmation fréquente que les toiles, lorsqu'elles sont vendues, le sont pour permettre au peintre de continuer à exercer son art.

En effet, J. C. B. se livre à un calcul précis pour déterminer le prix de sa toile. Comme les autres peintres évoqués, il ignore le marché des tableaux pour s'appuyer sur un prix de l'heure de travail: « Pour un concours, je vais faire le cadre qui me revient à 180 francs. Avec la toile, cela fait déjà 250 francs de matériel. Plus 30 francs de peinture. Plus le vernis. Disons qu'une toile revient à 300 francs si on ne considère que le matériel... Je ne vends pas trop cher, tout dépend du tableau. Le dernier que j'ai fait, je le propose à 600 francs. Je compte mes heures et les facture à 35 francs l'heure. Je me suis imposé un tarif. Alors 20 heures de travail, ça fait 700 francs. J'ajoute le prix du matériel et je prends 10 % pour les impôts. Par exemple, 20 heures de boulot: 700 francs plus 300 francs de matériel, ça va faire 1 000 francs plus 10 %... » La détermination du prix de l'œuvre chez J. C. B. a le mérite d'être explicite¹⁴. Elle paraît aussi être effectuée rationnellement. Mais il est possible de penser qu'elle est faite *a posteriori*, une fois le prix de l'œuvre estimé en fonction de critères moins rationnels que ceux énoncés. L'arbitraire de l'évaluation est en effet reporté sur le prix de l'heure travaillée, fixé ici à 35 francs, soit une valeur proche du Smic horaire net. Ce prix horaire aurait pour vertu d'amener la toile à un prix qui ne se démarque pas des prix pratiqués par la communauté locale des peintres amateurs. Le prix de l'heure travaillée serait plutôt la conséquence que l'origine du prix de vente admissible du tableau.

Le peintre D. M. avance un autre facteur de détermination du prix: « Pour faire le prix du tableau on regarde le

14. Les déclarations de J. C. B., comme celles de nombreux amateurs, se démarquent des analyses des spécialistes du marché de l'art. Par exemple, R. Moulin, *Le marché de la peinture en France*, Paris, Minuit, 1989, p. 488: « Le prix du tableau ne se détermine pas par l'addition des éléments du coût de production. La part que peut représenter, dans l'évaluation de ce coût, le prix de revient des matières premières est dérisoire. La prise en considération de la valeur travail est dénuée de sens puisqu'elle revient à assimiler l'objet unique à l'objet de série, le peintre au peintre. L'économiste autrichien Böhm-Bawerk s'est référé au cas particulier des statues et des tableaux pour tenter de réfuter la théorie marxiste de la valeur travail mais Marx lui-même n'a pas cherché à appliquer aux œuvres d'art un schéma conçu en fonction des biens reproductibles. »

DOSSIER

Amateurs et professionnels

Hubert Cukrowicz
Le prix du beau

client. Celui qui vient en Mercedes, on peut lui mettre 500 francs de plus. Pour celui qui doit prendre sur ses économies, on casse les prix. C'est vrai que, pendant les expositions, on gagne plus. On affiche un prix et on vend plus facilement. Celui qui est séduit par un tableau n'hésite pas à payer 2000 francs». Deux cas de figure se présentent. Ou l'œuvre est négociée directement entre le client et le peintre, ou elle s'affiche à un prix fixé d'avance dans le cadre d'une exposition. Dans le premier cas, l'artiste prend en considération le pouvoir d'achat du client, en se basant sur les manifestations extérieures de ses revenus. La possession d'une grosse voiture est une raison d'augmentation de la mise à prix de l'œuvre qui varie de plus ou moins 500 francs. La négociation directe est donc l'occasion de se fonder, pour établir un tarif de vente, sur les caractéristiques socio-économiques du client. Le prix du tableau ne dépend pas de la valeur intrinsèque de l'œuvre, mais des possibilités financières de celui qui l'achète. En combinant les explications de J. C. B. et de D. M., le prix du tableau se décompose de la manière suivante: prix du matériel (300 francs), reproduction de la possibilité de faire un tableau (de 300 à 400 francs), plus 500 francs si l'acheteur manifeste une certaine aisance économique. La même toile pourra être cédée à 600 francs (prix cassé) ou à 1 200 francs (prix majoré). J. C. B. annonce la même gamme de prix (600 francs son dernier tableau vendu, 1 100 francs un tableau nécessitant 20 heures de travail) en partant d'une rémunération égale au Smic de son temps de travail. Derrière des explications différentes de la formation du prix du tableau et nonobstant l'illusion d'une fixation volontariste de la valeur de l'œuvre, se manifeste une reconnaissance de ce qu'il est possible d'obtenir dans le cadre d'un marché local potentiel de l'art amateur. Dans notre enquête, les quelques peintres interrogés qui comme le décrit J. H. en parcourant la carrière idéale de l'amateur, ont réussi à dépasser le marché local pour s'imposer au niveau régional, multiplient par trois le prix de vente maximum (de 3000 à 4000 francs). Mais, pour ce faire, ils doivent se confronter à un marché plus organisé et entretenir une réputation à défaut d'une cote officielle. Les expositions, même collectives et locales, contribuent à cette réputation. Dans le deuxième cas de figure cité par D. M., le tableau mis en vente dans une exposition peut se vendre 2000 francs, soit 800 francs de plus que le prix négocié majoré. Le simple fait de ne pas vendre de la main à la main et de passer par la médiation d'une manifestation

artistique publique où des œuvres sont mises en concurrence rend manifeste une augmentation du prix raisonnable de la toile de plus de 60 %.

Réalisme et sagesse des amateurs

Deux peintres résument parfaitement au cours d'un dialogue enregistré ces différentes façons d'évaluer un travail artistique. Pour M. C. et J. D., le peintre, en faisant son prix, a quatre principes. D'abord, il cherche à récupérer l'investissement matériel nécessaire à son activité de création. Plus que sur le prix du produit fini, il faut raisonner sur le prix du matériel de production sans oublier l'investissement intellectuel – documentation, acquisition d'une culture, apprentissage éventuel de techniques... – les frais d'exposition et de représentation en général. En second lieu, le peintre aligne son prix sur ceux pratiqués par les autres amateurs. J. D. consulte les catalogues d'exposition et a pour principe de situer ses propres prix légèrement au-dessus des prix affichés par les peintres qu'il estime dépasser par sa maîtrise de la peinture. Une troisième façon de faire est de fixer un prix en fonction du pouvoir d'achat des acheteurs éventuels. Or ceux-ci sont très proches, par leurs caractéristiques socio-économiques, des peintres amateurs qu'ils affectionnent¹⁵ : « Les personnes qui s'intéressent à nos tableaux sont des gens comme nous. Il n'y a pas grande différence entre nous. Une seule fois dans ma vie j'ai vendu une de mes toiles à mon ancien directeur ». L'estimation de la somme qui peut raisonnablement être consacrée à l'achat d'une œuvre d'art ne pose pas réellement problème puisque peintre et client du peintre partagent les mêmes repères culturels et la même conception des priorités financières. En dernier lieu, les deux peintres déclarent aussi évaluer le prix de la toile en prenant en considération sa surface. Deux tarifs sont évoqués au cours de l'entretien : 100 francs et 60 francs le dm². Cette imprécision témoigne que ce substitut du prix du point n'est pas réellement pratiqué. Il est à noter qu'à 60 francs le dm² le tableau de 33 cm x 22 cm revient à environ 450 francs. Ici aussi, la fixation du prix précède vraisemblablement son mode de calcul.

Ces quatre manières de former un prix sont associées à un code de conduite du peintre amateur. Il ne faut pas peindre pour vendre. La vente doit demeurer une bonne surprise. L'essentiel est le plaisir de la pratique picturale¹⁶.

15. Lors du vernissage des expositions, moment de la plus grande affluence, ce sont essentiellement les relations du peintre qui sont conviées.

16. De nombreuses associations de peintres amateurs mettent en avant cette règle de conduite. Localement une association est, d'ailleurs, déclarée sous le nom de « Peinture pour le plaisir ».

DOSSIER

Amateurs et professionnels

Hubert Cukrowicz
Le prix du beau

Puis, en toutes circonstances, l'amateur doit rester modeste tant sur ses qualités de peintre que sur la valeur de ses œuvres. Enfin, l'argent gagné avec la peinture doit être réinvesti dans la peinture ou offrir un luxe occasionnel. Ces règles de comportement attestent du réalisme des artistes face au marché. La constatation de L. R. déjà citée sur le gonflement « artificiel » du prix de certaines œuvres qui ne correspond pas à la demande d'éventuels clients, indique que la conscience de ce qu'il est possible d'escompter comme rétribution est assez généralement partagée. Les amateurs sont d'abord soucieux d'équilibrer leurs comptes en récupérant, lors de la vente d'une toile, l'argent investi dans leur passion. La vente doit avant tout rendre plus favorables les conditions d'élaboration de nouvelles œuvres, jamais elle n'est déclarée être effectuée dans un but d'enrichissement. Pour preuve : quand l'artiste dégage exceptionnellement un bénéfice sensible lors de la vente d'un tableau, il consomme ce surcroît de revenu « en se faisant plaisir ». Le bénéfice de l'art doit servir les sens et l'esprit et non être englobé dans la gestion quotidienne des biens familiaux¹⁷. Là aussi, l'amateur fait preuve de réalisme. Les revenus importants dus à l'art étant imprévisibles, leur utilisation doit présenter la même qualité, car sinon, une singularité heureuse risquerait de se transmuier en manque. Sachant ce qu'il peut espérer comme rétribution de son activité artistique, l'amateur a intérêt à vivre comme une fête les rares moments où la richesse esthétique se traduit en richesse pécuniaire.

Objet décoratif ou geste culturel

La sagesse des peintres amateurs à propos de la vente de leurs œuvres est, sinon le résultat d'une expérience de l'échec et de la patience, du moins le fruit d'un apprentissage par essais et erreurs. Les peintres enquêtés savent qu'ils doivent s'en tenir à leur condition : ils ne sont pas des professionnels personnellement reconnus, pour qui le devenir des œuvres est lié aux évolutions d'un marché structuré. Face à la concurrence du marché des objets de décoration, ils n'ont en fait que peu d'arguments pour susciter l'intérêt d'acheteurs potentiels aux revenus modestes qui ne privilégient pas l'acquisition de biens culturels. Comme des vendeurs d'objets fonctionnels, ils sont alors tenus de serrer leurs prix, calculant au plus juste leurs marges bénéficiaires. Dans l'œuvre de l'amateur, le prix de

17. Ne serait-ce que pour cette raison, entre l'artisan qui s'efforce de satisfaire un certain critère de beauté et l'artiste qui, tenté par l'académisme ou l'art commercial, évolue vers l'artisanat (voir Howard S. Becker, *Les Mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988, en particulier le chapitre IX), le peintre amateur garde une place originale.

l'apport artistique est négligeable par rapport au coût de l'investissement matériel, qui justifie environ 50 % du prix, et au temps de travail mobilisé. Il en va différemment pour le professionnel: dans le prix de l'œuvre, le coût du matériel utilisé est négligeable de même que la rétribution du temps de réalisation. Cette appréciation conduit d'ailleurs le peintre J. H., déjà cité, à refuser l'achat d'une œuvre d'art: «Je n'achète jamais à un autre peintre car je sais ce que le tableau a exigé de travail. Parfois il est fait en une heure. Je reconnais que le résultat de cette heure travaillée est la conséquence de quinze ans d'expérience. Mais l'échange marchand n'est pas vraiment possible entre deux peintres car chacun sait que les mécanismes de fixation des prix ne sont pas objectifs. Comment monnayer la création ? Les peintres s'échangent leurs toiles car l'échange permet de faire comme si la concurrence entre peintre n'existait pas et comme si les différentes œuvres se valaient». Pour forcer le trait nous pourrions dire que le peintre amateur est d'abord perçu par son public comme un vendeur de toiles peintes encadrées, alors que le public du professionnel n'envisage la toile que sous l'angle de son apport à l'histoire de l'art. Indépendamment des talents et de l'originalité de chacun, l'un est tenu, du fait de son rapport à l'art légitime et aux institutions artistiques qui déterminent un rapport au public, de vendre un objet décoratif alors que l'autre est crédité d'une intervention dans l'espace de la culture. Dans un cas, le prix de l'œuvre s'évalue en se plaçant du côté de sa confection (matières consommées, temps de travail nécessaire), dans l'autre en se situant par rapport à son retentissement (originalité de l'œuvre, son effet de rupture et d'innovation dans un univers pictural donné ou au contraire l'expression particulièrement achevée de cet univers).

La valeur du tableau est alors affaire de point de vue. Regardé comme un objet décoratif, il est comparé, pour son rapport qualité prix, aux objets de même nature mais manufacturés que proposent les surfaces de vente. Admiré comme un événement culturel, il se doit d'être référé à l'ensemble des œuvres avec lesquelles il entre en résonance ou en dissidence. Par leurs manières d'estimer le prix de leurs œuvres, les amateurs manifestent qu'ils ont compris que le premier point de vue était privilégié par leur public.

DOSSIER

Amateurs et professionnels

Hubert Cukrowicz
Le prix du beau

Le prix et les conceptions esthétiques

Si le prix témoigne des attentes d'un public et de l'adaptation du peintre à ces attentes, il peut aussi aider à décrypter les représentations que les amateurs se font de l'art. L'artiste peut sincèrement considérer comme accessoire le montant du prix de ses œuvres, l'essentiel étant pour lui de résoudre de manière créatrice les problèmes qu'il se pose ou que lui posent les transformations de l'univers pictural. Mais il est possible de penser que le prix, une fois examinés les mécanismes sociologiques de sa formation, est un indicateur parmi d'autres de certaines conceptions de la pratique artistique et de l'art en général. Si le sondage effectué sur le montant du prix des œuvres d'amateurs proposées à la vente ne nous éloigne pas trop de la réalité, nous constatons que plus de 70 % des toiles peuvent être acquises pour 1 000 francs ou moins. Cette unanimité dans l'évaluation du prix du beau renvoie sûrement à la mise en forme de l'univers artistique par une certaine idéologie de la création. La modestie des mises à prix incite certains peintres à déclarer que les amateurs se sous-estiment alors que les professionnels surévaluent le prix de leurs œuvres. Pour D. O., «les amateurs ont du mal à estimer le prix d'une œuvre. Ils ne demandent pas cher de leurs toiles car, s'ils sont sûrs de leur passion pour l'art, ils doutent de leur qualité et doivent demander conseil à des artistes confirmés. Les professionnels peuvent pratiquer des prix élevés parce qu'étant reconnus et ayant un nom, une signature, ils font partie d'un monde où des facteurs extérieurs à la peinture interviennent». Il semble que ces facteurs extérieurs justement incriminés (politique artistique, relations, mode...) ne sont pas les seuls et que des raisons internes aux différentes conceptions picturales mises en pratique contribuent à la manière d'estimer le prix des tableaux.

Les entretiens effectués indiquent que l'amateur ne pense pas l'œuvre en rupture avec le monde sensible et ne la conçoit pas comme élément d'une logique picturale autonome¹⁸. Pour la majorité des enquêtés, la beauté s'affirme dans le spectacle de la nature préservée des marques les plus évidentes de la domination humaine. Le beau renvoie à un ensemble de manifestations concrètes devant lequel l'artiste opère en tant qu'enregistreur. Une telle conception de la beauté présuppose que cette qualité est immanente, qu'elle existe dans un contexte matériel indépendamment du monde conceptuel que serait la

18. Lorsque Pierre Bourdieu caractérise l'esthétique populaire, il montre que « tout se passe comme si l'esthétique populaire était fondée sur l'affirmation de la continuité de l'art et de la vie, qui implique la subordination de la forme à la fonction, ou, si l'on veut, sur le refus du refus qui est au principe même de l'esthétique savante, c'est-à-dire la coupure tranchée entre les dispositions ordinaires et la disposition proprement esthétique » in *la Distinction*, Paris, Minuit, 1979, p. 33.

Illustration non autorisée à la diffusion

culture picturale. L'exégèse culturelle qui détache la compréhension de l'œuvre d'une expérience directe des sens, tire l'art et son commentaire vers des domaines transcendants de l'esthétique, que l'amateur ne privilégie pas dans sa démarche. Si, lors de la glose des œuvres – et aussi au moment de l'élaboration des tableaux – l'accès au patrimoine culturel est gêné ou coupé, l'art doit alors trouver dans les circonstances matérielles de sa conception et de sa réalisation, ses propres justifications. Dans les déclarations des peintres amateurs, il ne s'agit pas d'atteindre une beauté se situant dans le jeu des références et des idées esthétiques, mais de la reproduire, de la capter là où elle se trouve c'est-à-dire dans les arbres et les montagnes, à l'écart de la modernité. L'acception de la beauté comme immanente donne, la plupart du temps, des discours peu développés sur le sens des œuvres présentées. Les tableaux se voient attribuer, avant toute chose, un sens personnel lié aux circonstances de la vie de l'artiste. Par ailleurs, puisque la toile reproduit une beauté naturelle, elle s'imprègne de l'évidence de la nature et, à la limite, ne relève plus du commentaire qui, lui, renvoie à l'ensemble des références culturelles. La toile réussie appelle le silence, sans arrière-plan spéculatif, habituellement

*« Pour le sujet de mes tableaux,
la tendance est au Sud et au soleil ».*
© D. R.

DOSSIER

Amateurs et professionnels

Hubert Cukrowicz
Le prix du beau

Illustration non autorisée à la diffusion

19. Jean-Claude Passeron, en s'interrogeant sur le pourquoi d'une sociologie de la perception des œuvres, construit la notion d'archi-spectateur qui renvoie à l'addition de l'ensemble des mises en signification dont le tableau a été l'objet. Le peintre est ici considéré comme l'un des spectateurs de ses œuvres. J.-C. Passeron propose de comparer les archi-spectateurs partiels que constituent « d'une part les érudits ou les amateurs d'art et, d'autre part, les regardeurs tout venant, cultivés ou non ». Si les archi-spectateurs partiels font émerger des significations spécifiques, il est à se demander s'ils s'agrègent réellement autour des mêmes objets esthétiques ou décoratifs. Voir J.-C. Passeron, *Le Raisonnement sociologique*, Paris, Nathan, 1991.

20. Ces choix correspondent d'ailleurs aux attentes d'un public non spécialisé en matière picturale. Voir l'enquête *Painting by Numbers: Komar and Melamid's scientific guide to art*, New York, Joann Wypiejewski, Farrar, Straus Giroux, 1997.

« C'est un crépuscule. C'est le tableau que je préfère, qui me ressemble le plus. Je l'ai peint durant une période nostalgique ». © D. R.

requis par la contemplation d'un phénomène naturel remarquable. N'étant pas l'actualisation d'un code mais la simulation de la nature, la toile est alors difficilement traduisible dans le code du langage¹⁹.

Le choix d'un sujet de tableau (presque essentiellement le choix d'un paysage)²⁰ par l'amateur semble relever d'une logique similaire. Le peintre n'élabore pas, dans son esprit ou pratiquement sur la toile, la réponse à un problème posé par des œuvres qui prennent sens dans une conjoncture culturelle précise. S'il décide de peindre,

Illustration non autorisée à la diffusion

« C'est un souvenir de vacances qu'on peut accrocher et, en le regardant, évoquer des bons moments ». © D. R.

c'est à la suite d'une rencontre réelle avec un lieu concret, rencontre qui s'apparente souvent à un coup de foudre. Un grand nombre d'enquêtés parlent de « flash » pour qualifier le moment où un sujet de tableau s'impose à eux. Le beau n'est pas issu d'une construction intellectuelle inspirée par l'étude des œuvres d'art. La beauté se rencontre de la même manière que se croisent les circonstances de l'existence où se cristallise un désir.

De sa rencontre physique avec un effet esthétique concret, le peintre va sortir un objet personnel: le tableau appartient plus à l'histoire de sa vie qu'à l'univers de l'art avec ses multiples références et implications. L'immanence de la beauté a aussi pour effet de séculariser l'art, de le détacher des sphères abstraites de la spéculation sur le sens ou le non-sens des valeurs esthétiques, pour le mêler intimement et aussi, le limiter à l'existence particulière d'une personne. Il faut comprendre de cette façon l'importante charge affective que recèlent pour les amateurs leurs œuvres. Dans leurs toiles, l'art n'est pas tant en cause qu'une part importante de leur vie: celle où ils existent libres et créatifs.



« Ce tableau fixe quelques souvenirs d'enfance ». © D. R.

Ces aspects de la conception de l'art des amateurs, conception marquée par l'acquisition autodidacte des techniques et de la culture picturale, ont pour nous deux conséquences. Tout d'abord, le prix de l'œuvre, tel qu'il est pensé, ne renvoie pas à la gratification financière d'un geste créatif garanti par un ensemble de références culturelles – et par une cote – mais à un coût de production qui inclut les matières utilisées, le temps de conception et de fabrication du tableau, la mobilisation d'une qualification (rappelons-nous J. D. qui majore ses prix par rapport aux prix pratiqués par un peintre dont il dépasse la maîtrise technique). Les déclarations des amateurs sont, sur ce point, explicites mais nous insistons pour montrer que cette façon de faire un prix est liée plus ou moins étroitement à la représentation de ce qu'est une œuvre d'art. Si la gratification s'explique par l'anticipation du devenir de l'œuvre dans la durée de l'art, le coût de production relève d'une stricte comptabilité du passé. L'une appelle le pari et la spéculation, l'autre l'évaluation des dépenses et la gestion. En second lieu, l'amateur a plus le sentiment d'élaborer un objet personnel que d'inscrire un jalon dans une suite esthétique qui mobiliserait les créations d'une

Illustration non autorisée à la diffusion

*« Ce sont des maisons, un village,
c'est une vue rapprochée de choses
vraies ». © D. R.*

multitude d'artistes. Il ne travaille pas à la transformation d'un code pictural qui, à la limite, peut se passer d'un support matériel mais se consacre à la personnalisation d'un objet particulier. Le tableau, telle une photographie familiale, est un souvenir personnel de l'artiste. Il ne manifeste pas, prioritairement, la mémoire de l'art.

Ainsi, l'amateur fait son prix en assumant une sensibilité particulière, c'est-à-dire en ayant plus ou moins conscience des différences que son jugement esthétique entretient avec celui des peintres professionnels et plus généralement avec celui des élites artistiques. Face au bon ménage du jugement esthétique et de la spéculation économique qui s'épanouit dans les couches privilégiées de la population, s'affirme le couple économe de l'admiration silencieuse des beautés naturelles et du calcul du prix de revient qui relève certainement de personnes amoureuses du beau dans la mesure de leurs moyens.