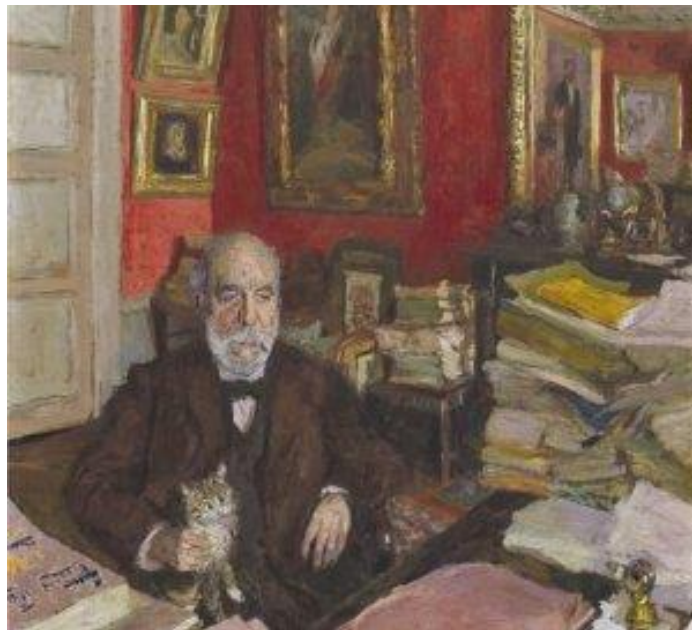


The Art Market, Collectors and Agents : Then and Now

Colloque organisé par *Adriana Turpin, Susan Bracken,
Stéphane Castelluccio et Mickaël Szanto*
Les 20 et 21 octobre 2016, à l'INHA

Compte rendu par *Alicia Basso Boccabella et Clémence Pau*



Édouard Vuillard, *Théodore Duret*, 1912.

Présentation du colloque

Ces deux journées de colloque ont été conjointement organisées par Adriana Turpin et Susan Bracken toutes deux membres du *Seminar on Collection & Display* à l'université de Warwick ainsi que par Stéphane Castelluccio et Mickaël Szanto, membres du Centre André Chastel.

Travailler sur le marché de l'art en s'intéressant à la fois aux artistes, aux agents et aux collectionneurs n'est pas nouveau en soi. Ce colloque renouvelait cependant le propos scientifique de manière audacieuse en proposant des thèmes variés et ne définissant aucune délimitation temporelle ou géographique particulière. L'idée des organisateurs était de mettre en avant l'évolution du marché de l'art tout autant que les particularités liées aux époques, aux artistes et aux agents. De la ville de Berlin du III^e Reich à l'Amérique des années 1960-1970 en passant par la Basse-Autriche du XVII^e siècle, les interventions ont étudié un large panel de l'histoire du marché de l'art dans le monde.

Première journée

Matinée : « The Artist and Writer as Agents »

Olivier Bonfait, professeur d'histoire de l'art à l'université de Bourgogne, a introduit le propos du colloque en s'intéressant à la façon dont a été étudié le marché de l'art français du XVIII^e siècle. Il a mis en avant le fait que les premiers travaux sur le marché de l'art de cette période étaient surtout une histoire du goût des élites. À la fin des années 1980, de nouvelles études se sont intéressées de plus près aux archives et ont montré que l'histoire du marché de l'art était plus complexe que ce qui était alors pensé, du fait par exemple de la circulation de nombreuses œuvres d'art non tracées, mais aussi de la grande diversité des types de vente qui font des catalogues le reflet d'un infime aspect du marché. Ce préambule a permis à **Olivier Bonfait** de mettre en valeur le fait que le XVIII^e siècle est un véritable tournant dans le marché de l'art français, avec une forte multiplication des ventes (de 1500 à 22 000 tableaux vendus) mais surtout la construction d'un espace à la fois international et harmonisé au cœur de la vente des objets d'art. Sans pouvoir évoquer encore un goût globalisé, le marché de l'art de ce siècle peut être considéré selon le chercheur comme l'ancêtre du marché de l'art des XX^e et XXI^e siècles.

À la suite de cette introduction historiographique, la première intervention de la journée s'intéressait aux années parisiennes de John Thornhill, agent et collectionneur du XVIII^e siècle. **Tamsin Foulkes**, doctorant à l'université de Nottingham, a présenté Thornhill à l'aune de son voyage à Paris en 1717. Il en revient en effet en tant que spécialiste en histoire de l'art, et plus précisément en tant qu'expert du marché français. Ses notes mettent en avant le très grand réseau que cet agent et collectionneur a su mettre en place, organisant des ventes et des achats non seulement pour ses amis, mais aussi pour sa propre collection. Bien qu'installé en Angleterre, cela ne l'empêche pas de conserver des relations fortes avec des marchands et des collectionneurs d'outre-Manche. Ainsi, le rôle d'agent de Thornhill doit être considéré au regard de ses contacts et de ses acheteurs, particulièrement prestigieux : George Clark, la duchesse de Marlborough ou encore le duc de Newcastle. Quant à sa collection personnelle, elle était surtout composée de peintures ; son goût, qui le pousse à acheter, entre autres, plusieurs Poussin est une illustration de l'introduction en Angleterre d'un goût pour l'art français dans la première moitié du XVIII^e siècle, à laquelle il a participé en tant que collectionneur mais aussi en tant qu'agent.

L'intervention suivante, de la docteure **Corina Meyer** de l'université de Stuttgart, s'attachait elle aussi à présenter un collectionneur et agent mais du XIX^e siècle : Johann David Passavant. Durant toute sa carrière et ses nombreux voyages, d'abord en tant qu'artiste, puis en tant qu'auteur, il n'a jamais cessé de faire des recommandations d'achats pour le musée de Francfort, le Städelsches Kunstinstitut, dont il devient d'ailleurs le directeur en 1841. À l'étude de ses lettres et de ses notes, de nombreuses propositions d'achat peuvent être référencées : il a proposé par exemple l'achat de vingt-deux peintures en 1817, dont trois ont été acquises par le musée. Son travail, particulièrement documenté, l'a non seulement fait connaître comme un expert en peinture, mais l'a aussi amené à écrire un ouvrage sur les peintures anglaises et belges en 1833 et sur Raphaël en 1839. Au moment de son accession au poste de directeur du Städelsches Kunstinstitut en 1841, les tensions au cœur du marché de l'art sont nombreuses, et la bataille fait rage entre les musées. Ses relations, nouées au cours de toutes ces années, lui permettent de continuer de faire l'acquisition de chefs-d'œuvre, aujourd'hui présentés dans une salle dédiée au sein du musée.

Gemma Avinyò Fontanet, doctorante à l'université de Leida, a ensuite proposé une étude de la vie et de la carrière de Marià Manent, poète et figure fondamentale du marché de

l'art catalan du XX^e siècle. Il devient en effet dans les années 1940 l'agent des frères Junyer, artistes proches de Picasso, qui ont constitué une grande collection d'objets d'art au cours des deux premières décennies du siècle. De nouveau, le courrier et les notes personnelles de l'agent permettent de rendre compte de la manière dont son œil, mais aussi son travail ont su évoluer dans le temps, au fil des relations nouées et de ses relatifs échecs de vente. En effet, s'il est devenu un intermédiaire fondamental pour les frères Junyer, il n'avait pas la formation de marchand d'art : il lui est arrivé de nombreuses fois d'écrire directement aux musées, notamment américains, en leur proposant d'acheter des œuvres de la collection. Cela n'a évidemment jamais fonctionné, mais cela lui a en revanche permis de nouer des relations importantes avec différents directeurs de musées américains et notamment new-yorkais, qui lui ont ouvert les portes du marché de l'art dans les années 1960. À la fin de sa vie, spécialiste de l'art de Picasso et de quelques artistes catalans, il a été un véritable lien d'échange entre Barcelone et New York, grâce à son œil aiguisé mais surtout à sa patience et son sens du commerce et de la diplomatie.

La dernière intervention de la matinée, d'**Alice Ensabella**, doctorante à l'université de Grenoble, tournait quant à elle non pas autour d'un artiste ou d'un agent mais autour des artistes du premier surréalisme (daté par l'intervenante entre 1924 et 1930) qui se sont constitués durant ces années comme leurs propres agents. Contrairement aux impressionnistes, les surréalistes n'avaient pas de marchands attitrés pour organiser leur introduction dans le marché de l'art du fait d'un manque de cohésion au cœur du mouvement : ils se sont donc en quelque sorte débrouillés tout seul. Cela est particulièrement évident à l'étude des différentes expositions organisées durant ces années. L'exposition de Max Ernst au sein de la galerie *Sans Pareil* en 1921 a par exemple été entièrement structurée et planifiée par d'autres surréalistes de renom tels que Breton, Eluard, Simon, etc. En outre de l'organisation, de la muséographie et des invitations, il est intéressant de noter que la plupart des œuvres d'Ernst exposées ont été acquises par des membres du groupe surréaliste, qui, de cette manière, soutenaient l'artiste. Le même fonctionnement peut être observé concernant l'exposition de Joan Mirò en 1925 mais aussi lors de celles montées à la Galerie surréaliste, ouverte en 1926 et fermée en 1928. En d'autres termes, les artistes surréalistes sont devenus lors des premières années du mouvement leurs propres agents, leurs propres marchands mais aussi leurs propres acheteurs, créant une bulle de spéculation mais surtout un intérêt pour leurs œuvres.

Après-midi : « The Agent and the Collector »

La deuxième session de travail a débuté avec la présentation de **Madeleine Fidell Beaufort** qui s'est intéressée à Samuel P. Avery, graveur sur bois et marchand de la seconde moitié du XIX^e siècle. Ce dernier a en effet un parcours assez inhabituel : avant de devenir marchand, il se crée une réputation et un large réseau grâce à son activité de graveur sur bois. Amené à travailler pour la publication de catalogues, ses œuvres lui ont permis dès ses débuts de nouer de nombreux contacts mais aussi de commencer à construire sa collection personnelle de petites œuvres d'art américaines. Après avoir déménagé à Brooklyn en 1846, il organise de nombreuses soirées, des « *art evening* », afin de faire profiter ses invités non seulement de son hospitalité mais aussi des livres et peintures qu'il possède. Il y fait notamment la connaissance de William T. Walters, qui déménage à Paris en 1864 et demande à Avery de superviser la vente de sa collection d'objets d'art. C'est alors l'occasion pour lui d'ouvrir sa propre galerie de vente, alimentée par des œuvres d'art européennes grâce à Walters et son ami George A. Lucas, connu comme expert. Ces relations et amitiés ne cessent de croître et connaissent leur apogée lors de la venue d'Avery à Paris en 1867 à l'occasion de

l'Exposition universelle. Ses amis l'introduisent alors dans de nombreux cercles artistiques fermés, lui permettant de passer des commandes auprès d'artistes français tels que Bouguereau, Meissonier et Gleyre pour ses propres clients. Finalement, peu formé au marché de l'art mais artiste et collectionneur reconnu, il devient à la fin de sa vie un acteur essentiel du marché.

La docteure **Louise Arizzoli**, de l'université du Mississippi, a poursuivi dans cette lancée en présentant une autre personnalité importante du marché de l'art, James Hazen Hyde. Ce dernier, collectionneur américain, a vécu la majorité de sa vie à Paris. Il est connu pour avoir constitué toute une collection d'objets d'art et de photographies ayant pour thème les allégories des quatre continents. Il fuit à Paris en 1905 à la suite d'un scandale financier au sein de la compagnie qu'il a hérité de son père, et commence à écrire un journal dactylographié en 1922. Ce dernier est particulièrement précieux car il permet de connaître la personnalité de Hyde, amateur éclairé et sans obligation de travail, qui s'est réellement consacré à sa collection. Concernant celle-ci, plus que le matériau ou l'artiste, c'est l'iconographie qui l'intéresse. Sa correspondance nous permet aussi de comprendre qu'il avait constitué autour de lui un véritable réseau d'antiquaires et d'experts, comme Eugénie Sallers Strong (archéologue romaine) ou encore Ludwig Pollack (marchand et collectionneur), qui le conseillaient et le guidaient pour ses achats. A priori, il n'avait pas d'agent à son service mais un réseau d'amis et amateurs éclairés. Lors de la Seconde Guerre mondiale, il prend peur et fuit Paris pour revenir en Amérique en 1941 – sa collection ne le suivra qu'en partie, car spoliée par les nazis occupant sa demeure.

Mackenzie Mallon, qui travaille au Nelson Atkins Museum à Kansas City, a ensuite présenté la genèse de ce musée et de ses collections à travers l'étude de l'un de ses premiers conseillers en art, Harold Woodbury Parsons. Ce dernier avait déjà travaillé pour le musée d'Art de Cleveland, le musée des Beaux-Arts de Boston mais aussi pour le Metropolitan Museum of Art à New York. Il commença à travailler pour le Nelson Atkins Museum en 1930, tout en continuant à servir d'agent pour d'autres prestigieux musées. Ses vingt-deux années au service du musée de Kansas City ont été émaillées de désaccords avec les *trustees*, concernant les finances mais aussi le type d'art recherché pour le musée. En effet, sa stratégie consistait à acquérir de grandes pièces de maîtres, sans regarder le prix : la beauté ainsi que la célébrité prévalaient. C'était aussi une stratégie commerciale : alors que les prix baissaient drastiquement du fait du crash boursier, continuer à acheter des œuvres à des prix élevés lui permettait de conserver de bonnes relations avec les marchands – relations qu'il avait mis des années à construire. Amené à réfréner ses dépenses mais aussi ses goûts par les *trustees* du musée, il a aussi acquis de nombreuses œuvres mineures qui aujourd'hui rendent la collection du Nelson Atkins Museum particulièrement riche et complète. Parsons était un personnage exceptionnel : globe-trotter, il s'est formé seul à l'histoire de l'art et est parvenu à établir une grande variété de contacts et de relations, qui lui ont permis de travailler pour les plus grands musées de l'époque.

L'avant-dernière intervention de la journée avançait dans le temps pour se concentrer sur les nouveaux aspects du marché de l'art, exigés par le renouveau des formes artistiques des années 1960-1970. **Jamin An**, doctorant à l'université de Californie a ainsi présenté le « *New Dealing* », terme repris d'un article de 1970 de la conservatrice Elayne Varian dans le magazine *Art in America*. Cette expression apparaît pour la première fois en 1964 alors que les prix concernant les objets d'art contemporain explosent. Les artistes sont peu nombreux et produisent assez peu étant donné le nombre d'acheteurs aux USA et en Europe. Cela crée une véritable inflation de l'art contemporain, mais aussi une nouvelle manière de vendre ainsi que des relations inédites entre les agents et les artistes. Désormais, l'agent est celui qui encourage

l'artiste et en fait chaque jour la promotion. Il n'est plus un ami de l'artiste ou des acheteurs, comme nous avons pu le voir dans toutes les autres communications, mais a désormais une relation professionnelle de coaching avec l'artiste qu'il pousse à travailler toujours plus pour vendre. De plus, il s'immisce au cœur-même de la création artistique en se faisant à la fois le conseiller de l'artiste mais aussi le conseiller de son art, l'incitant à créer ce qui va se vendre et créant de ce fait une faille au cœur de la notion d'auteur. En d'autres termes, les exigences du marché amènent une nouvelle manière de considérer l'art et les artistes, peut-être plus mercantile.

Enfin, **Emanuele Sbardella**, doctorant à la Technische Universität Berlin a clôturé cette journée avec une étude assez originale sur le marché de la numismatique sous le III^e Reich. Pour cela, il s'est intéressé à la collection de pièces d'Alexandre Hauser, confisquée par les Nazis et récupérée par le musée de Vienne alors nommé le *Führermuseum*. Cette collection, vendue en 1993 par Christie's dix millions neuf cent mille dollars, n'a cessé d'être sous-évaluée et surévaluée entre 1939 et 1945 par les différents acteurs du marché : le directeur du musée qui voulait récupérer de l'argent, la maison Spink & Son qui prenait en considération le fait que la collection ait appartenu à un Juif, etc. Puisque particulièrement riche et rare, cette dernière n'a cessé d'être un enjeu politique et financier du III^e Reich. L'étude et la modélisation de ces évaluations a permis à **Emanuele Sbardella** de mettre en avant la complexité du marché de l'art de cette époque, au sein duquel la politique prenait souvent le pas sur les autres considérations artistiques ou archéologiques, mais aussi les différentes stratégies et techniques que les musées ont mises en œuvre pour contourner le régime, notamment grâce à leurs relations et leurs réseaux constitués de longue date.

Deuxième journée

Matinée : « Agents and Markets »

La deuxième journée du colloque a débuté avec une étude de la docteure **Susanna Avery-Quash**, conservatrice à la National Gallery de Londres. Dans cette intervention, elle a présenté un aspect peu étudié de l'histoire du musée : ses relations avec les agents. Au début de son histoire, la National Gallery laisse peu de place aux agents ; ce n'est qu'en 1855 avec le directeur Charles Eastlake qu'est créé le poste de « *travelling agent* » (« agent voyageur »). Il engage alors directement son premier agent, Otto Mündler, qui fait le tour de l'Europe pour acquérir des œuvres pour le musée. Bien que ce poste soit supprimé dès 1858, Eastlake continue de faire appel à des agents indépendants pour remplir les salles du musée de chefs-d'œuvre. Son successeur, William Boxall, n'aura de cesse de vouloir remettre en place le poste de *travelling agent*, sans succès. Dans les pas d'Eastlake il continue donc d'employer des agents indépendants, tel Federico Sacchi. Enfin, à la fin du XIX^e siècle, sous la direction de Frederic Burton, aucun agent officiel ou non n'est attaché à la National Gallery. **Susanna Avery-Quash** avait ici pour objectif de mettre en exergue la difficulté de définir le terme « agent » pour cette période. Elle a donc distingué deux définitions : la première désignerait une personne officiellement employée par une institution ou une personne privée sur le long ou le court terme alors que la seconde s'appliquerait pour toute personne qui aide une institution ou une personne privée à acquérir une œuvre d'art, sans que cela ne soit officiel.

La docteure **Tina Kosak**, de l'Institut de l'art de Ljubljana, a continué la matinée en s'intéressant à une aire géographique et temporelle encore peu connue : la Basse-Autriche au XVII^e siècle. Étant à la croisée des routes commerciales entre Venise et Vienne, la Basse-

Autriche est pourtant une province particulièrement intéressante. En effet, dans la seconde moitié du siècle, le marché de l'art est en relation étroite avec Vienne ; les sources montrent que les collections des archiducs de Basse-Autriche suivaient le goût des collections impériales, notamment en achetant des peintures néerlandaises. **Tina Kosak** a étudié dans la seconde partie de son intervention un agent en particulier, Marcus Forchondt, dont les archives nous sont partiellement parvenues. Ces dernières montrent que, bien que résidant à Vienne, Forchondt était en contact avec plus d'une trentaine de clients de Basse-Autriche, dont des princes, des barons, des ducs, etc. ; rapidement il est amené à acheter directement des objets d'art pour ces derniers. En revanche, concernant le commerce avec Venise, peu de sources demeurent. La province étant assez proche de cette ville, il est possible que les artistes aient été directement en contact avec les acheteurs, sans passer par le biais d'agents ou de marchands. La Basse-Autriche est donc un haut lieu du marché de l'art à cette époque, mais n'est encore que trop peu étudiée.

La docteure et conservatrice **Laura Popoviciu** est ensuite restée en Italie avec la question des relations développées entre les marchands et les clients à Venise au XVIII^e siècle, en s'intéressant à une figure fondamentale de cette époque : Giovanni Maria Sasso. Celui-ci était un marchand de l'art italien ; sa correspondance particulièrement importante avec ses clients anglais a été conservée et nous permet aujourd'hui de comprendre non seulement le marché de l'art de cette époque entre ces deux nations mais aussi l'évolution du goût anglais envers les peintures italiennes et plus précisément vénitiennes. En effet, Sasso était en lien avec de grands collectionneurs : Abraham Hume, Gavin Hamilton, James Wright ou encore John Strange. Sa correspondance a permis à **Laura Popoviciu** de mettre en avant certains points : en premier lieu, grâce à des descriptions particulièrement précises des œuvres, des objets d'arts et des objets naturels, rédigées par Sasso, toutes les transactions se faisant par courrier. Apparemment, le marchand ne s'est pas déplacé en Angleterre mais a créé son réseau à travers de nombreuses lettres et bien évidemment grâce aux recommandations de ses contacts et à sa réputation. Mais **Laura Popoviciu** a aussi mis en exergue le développement des relations amicales et érudites entre les marchands et les collectionneurs de cette époque : d'un côté Sasso est un expert enthousiaste formé à l'art et de l'autre côté les acheteurs sont des connaisseurs qui savent précisément ce qu'ils veulent acquérir. Sasso est de fait une figure incontournable dans l'étude de marché de l'art vénitien de la seconde moitié du XVIII^e siècle.

Enfin, la docteure **Christine Howald**, de la Technische Universität de Berlin, a clôturé cette matinée en étudiant la manière dont l'Europe s'est ouverte au marché des arts chinois au milieu du XIX^e siècle. En 1842, la Chine s'ouvre au monde, et bouleverse dès lors le marché de l'art européen qui s'était jusque-là surtout intéressé au Japon. **Christine Howald** n'a eu de cesse lors de son intervention de mettre en avant l'importance des agents et marchands chinois, dont le nombre a grandi de manière exponentielle à la demande dès cette époque. En effet, pour lever la barrière de la langue et des coutumes, ce sont eux qui se chargent de nouer des relations entre les artistes et les collectionneurs. Leur rôle dans la construction de ce nouveau marché de l'art est donc réellement fondamental. La modernisation et la réforme du pays par la politique du vice-roi Li Hongzhang va peu à peu ouvrir le pays dans l'autre sens, à savoir l'importation d'œuvres d'art de l'Europe vers la Chine ; dès lors, de nombreux marchands et agents chinois s'installent en Occident pour continuer à construire des réseaux commerciaux, et des collections d'art européen se forment peu à peu en Chine. Pourtant, peu de recherches ont été menées sur ces agents chinois, que ce soit sur leur vie, leurs réseaux et même leur marché ; le travail reste donc encore à faire pour défricher cette partie du marché de l'art.

Après-midi : « The Dealer as Agent » (Clémence Pau)

La quatrième et dernière session de ce colloque était consacrée à la figure du marchand d'art et à son rôle d'agent.

La session s'est ouverte avec l'intervention de **Renata Schellenberg** (Mount Allison University, Sackville, Canada) qui concernait la figure du marchand et les relations entre le commerce, la culture et les connaisseurs d'art en Allemagne au XVIII^e siècle.

En raison du contexte politique du pays divisé en plus de trois cents principautés, politiquement et culturellement indépendantes (*Kleinstaaterei*), le marché de l'art allemand au XVIII^e siècle se caractérisait par son éclatement géographique. Les professions de marchand d'art et de courtier en art étaient donc très complexes et leurs activités n'étaient pas centralisées dans une seule ville, comme dans d'autres pays. Engagés par les collectionneurs pour être leurs agents sur le marché de l'art, ils étaient le lien essentiel entre les acheteurs et les vendeurs. Ces agents ont joué un rôle important dans l'élaboration du protocole concernant les échanges économiques sur le marché de l'art et ont eu un très large impact dans le développement de la connaissance et des goûts artistiques dans la société germanique. Renata Schellenberg a terminé sa communication en présentant deux célèbres marchands allemands : Gerhard Morrell et Johann Gotzkowsky.

Frances Suzman Jowell (PhD, Harvard University, *independent scholar*) a ensuite pris la parole pour présenter l'historien et critique d'art Théophile Thoré-Bürger qui fit la promotion de la peinture germanique du XVII^e siècle dans le marché de l'art parisien des années 1860.

Frances Suzman Jowell a insisté sur le chapitre « Les collections particulières » du *Paris-Guide* (1867) écrit par Thoré-Bürger, dans lequel il décrivait trois cents collections particulières parisiennes. Les commentaires de ce chapitre reflètent les goûts de l'auteur, et notamment sa préférence pour la peinture germanique du XVII^e siècle. Mais, dans les années 1860, Thoré-Bürger n'était pas uniquement un critique et un historien de l'art respecté, il était aussi consultant pour les collectionneurs, agent, intermédiaire, conservateur et collectionneur lui-même. Il a eu un rôle influent dans la formation des collections privées de Pereire et de Double, notamment en ce qui concerne les acquisitions d'œuvres de Hals, de Vermeer ou encore de Rembrandt. Il a contribué à promouvoir et à faire augmenter la cote de « ces peintres familiers de la Hollande » sur le marché de l'art. Frances Suzman Jowell a ainsi mis en valeur le rôle joué par Thoré-Bürger dans la fortune critique et commerciale de la peinture germanique dans les années 1860 mais elle a également rappelé que cet agent n'avait promu que certains artistes particuliers, comme Hals et Vermeer, laissant dans l'ombre bien d'autres artistes germaniques dont la cote a continué à chuter pendant plusieurs décennies.

Pamella Guerdat (PhD candidate, Institute for Art History & Museology, University of Neuchâtel) nous a présenté la troisième communication de cette session, intitulée « René Gimpel (1881-1945) et le modèle du musée américain : de la théorie au don », ou comment la figure de l'agent s'est alliée avec le monde des musées.

Marchand d'art parisien ayant ouvert une galerie à New York en 1902, René Gimpel s'intéressait au dynamisme et à la prospérité économique des musées américains, qu'il connaissait bien pour avoir joué un rôle d'agent et d'intermédiaire pour les collectionneurs américains, mais surtout pour les musées des États-Unis, notamment le Metropolitan Museum of Art. Pamella Guerdat a ainsi mis en évidence les différents modes de collaboration et d'échange entre ces musées et la galerie de Gimpel, dont les donations répétées révèlent une stratégie de fidélisation et de contre-don. Nommé conseiller artistique du musée d'Art de

Toledo, Gimpel considérait le musée américain comme un terrain fertile pour exprimer ses goûts et sa propre vision artistique, mais aussi comme un sujet d'étude. Il a eu, en effet, le projet de publier une monographie sur les musées d'art américains (1926), dans laquelle auraient été rassemblées toutes ses observations, ses propres expériences dans les musées, et ses réflexions théoriques sur le monde muséal.

Camille Mestdagh (PhD *candidate*, université Paris-Sorbonne) a ensuite pris la parole pour présenter le réseau commercial d'Alfred Beurdeley (1808-1882), marchand de curiosités à Paris – l'équivalent de l'actuel antiquaire.

Issu d'une dynastie de marchands de curiosités, Alfred Beurdeley est connu pour avoir été un négociant et un intermédiaire indispensable pour l'achat d'objets anciens au milieu du XIX^e siècle. À partir des années 1830-1840, il a développé son activité en vendant des meubles, mais aussi de la porcelaine, de la sculpture et des objets de curiosité datant du XVII^e et du XVIII^e siècle. Mais Alfred Beurdeley ne vendait pas uniquement. Il achetait aussi, se plaçant ainsi dans le marché de l'art en tant qu'expert de l'art ancien. Le comte de Nieuwerkerke, l'un de ses plus importants clients, faisait d'ailleurs régulièrement appel à son expertise. Beurdeley a également établi sa réputation grâce aux décorateurs, en fournissant les meubles et les objets dont ces derniers avaient besoin. Il a notamment collaboré avec le grand décorateur Eugène Lami qui travaillait pour une riche clientèle. Beurdeley a ainsi fourni les meubles pour le nouvel appartement du duc de Nemours aux Tuileries, en 1846. Camille Mestdagh a ainsi démontré la manière dont Alfred Beurdeley a réussi à se faire une riche clientèle, grâce aux services qu'il proposait (restauration, expertise, achat...) et au réseau commercial efficace mis en place avec ses collaborateurs.

La dernière communication de ce colloque, intitulée « Du marchand d'art au galeriste : l'itinéraire de Daniel Templon et cinquante ans d'évolution du marché de l'art occidental », est celle de **Julie Verlaine** (docteur, université Paris-Sorbonne). L'itinéraire de Daniel Templon apparaît, en effet, comme représentatif de l'évolution du marché de l'art et des mutations du métier de galeriste dans la seconde moitié du XX^e siècle.

Julie Verlaine a présenté la première phase de la carrière de Templon, qualifiée de « prospective » et d' « expérimentale » (1966-1972). En 1966, Templon ouvrait sa galerie à Paris mais, après un voyage à New York en 1972 qui allait profondément le marquer, il importa en France une nouvelle forme de galerie « *white cube* », inspirée des galeries américaines. De 1972 à 1990 – période de provocations et de reconnaissance –, Templon s'est fait l'agent de plusieurs artistes américains, notamment Warhol. Il les exposa en France et mit en place un système de « *friendly galleries* ». Mais cette promotion de l'art américain s'est soldée par un échec et Templon s'est finalement tourné vers des artistes français (Appel, César, Buren, etc.) dont il est devenu un véritable agent. À partir de 1990, période marquée par la spécialisation et l'internationalisation de son travail, il a défendu les artistes français en France et dans le monde et, depuis 2004, il présente dans sa galerie des artistes indiens dans une logique d'intermédiaire sur la scène artistique internationale.

Conclusion

Mickaël Szanto (Centre André Chastel, université Paris-Sorbonne) est rapidement revenu sur les dix-huit communications, au cours desquelles l'agent, fil conducteur de ces deux journées, a été étudié dans des cadres chronologiques et géographiques très différents. L'apport de ce colloque a été de mettre en lumière la figure complexe de l'agent, à la fois polymorphe, plurielle et actrice dans le marché de l'art. Son rôle d'intermédiaire a été

particulièrement bien mis en valeur par les différents intervenants. Mickaël Szanto a également insisté sur la manière dont se définissaient ces figures, à partir de la construction d'une renommée et par la mise en scène de leur profession. Enfin, ce colloque a permis de se rendre compte que c'est dans le milieu des agents que la valeur économique, marchande et symbolique des œuvres a pris toute son importance. Derrière ces figures se cache, en effet, une véritable réflexion sur l'argent et sur la construction des valeurs artistiques.