

## Le marché des images à l'âge classique: académisation et dé-mercantilisation de la peinture<sup>1</sup>

La création à Paris de l'Académie royale de peinture et de sculpture, en 1648, engendra ou accéléra de notables transformations dans le statut des peintres et l'organisation de leur profession. Ce furent notamment les structures de commercialisation des images qui en subirent le contrecoup, en un double processus de diversification et de hiérarchisation des pratiques marchandes. Bien au-delà de l'opposition, chère à l'histoire sociale de l'art, entre mécénat et marché, elles se diversifient de plusieurs façons: selon la taille des acquéreurs (des particuliers à l'Etat), le degré de spécialisation des vendeurs (des artistes aux marchands) et la distance entre clients et fabricants – gratification directe, commande, achat ou exposition des œuvres.<sup>2</sup>

Le marché d'Etat cumule les trois modalités d'intervention: achat des tableaux, essentiellement pour les œuvres des praticiens non présents parce que morts ou étrangers; commandes d'œuvres, à raison de 4,5 % du budget des bâtiments sous le règne de Louis XIV pour la peinture et la sculpture (avec un léger avantage en faveur de cette dernière); et gratifications aux personnes – 0,5 % du budget allant aux officiers de l'Académie royale de peinture et de sculpture.<sup>3</sup>

Ceux-ci bénéficièrent donc de l'accélération de la commande publique, dès la fin de la Fronde avec l'ouverture des chantiers du Val-de Grâce, de Vincennes, de la Salpêtrière, et la reprise des travaux du Louvre, puis avec Versailles: de 1664 à 1705, le budget des bâtiments connut une moyenne annuelle de 4,2 millions de livres, avec de fortes variations. Toutefois, sur 473 peintres mentionnés entre 1663 et 1705 dans les *Comptes des bâtiments du roi* (commandes ou pensions, grande peinture ou simple badigeon), 81 appartenaient à l'Académie, représentant eux-mêmes 42% des 192 académiciens, et la carrière de ceux-ci se déroulait pour plus de la moitié des cas sur le marché privé.

La dépendance des académiciens envers la commande publique était donc toute relative. De même, les pressions d'ordre esthétique sur ceux qui avaient le privilège de travailler pour le roi demeuraient limitées: guère différentes de celles que pouvaient exercer des particuliers, elles concernaient essentiellement les dimensions et les sujets des tableaux (tels les nombreux portraits mythologiques des membres de la cour, très en vogue à l'époque) mais laissaient au praticien une certaine autonomie de réalisation et de choix en matière de forme. Voilà qui tempère notablement la vision naïvement manichéenne des rapports entre les artistes et l'Etat, faisant de celui-ci un machiavélique exploitateur, coupable de «mainmise» et d'«inféodation», et de ceux-là les angéliques victimes de la barbarie étatique.<sup>4</sup>

Si la gratification directe aux personnes est réservée au mécénat d'Etat, commande et achat ont en commun d'être pratiqués également sur le marché privé. L'une et l'autre s'opposent en ce que la relation marchande s'établit en amont de la fabrication dans un cas, en aval dans l'autre. La commande s'impose lorsque l'œuvre exige un investissement, en temps ou en matériel, qui excède les ressources du praticien (cas de la grande peinture d'histoire), ou bien lorsqu'elle est constitutivement liée à son lieu de destination (cas de la fresque et des grandes compositions décoratives) ou à la personne de son destinataire (cas du portrait). Quoique facteur de stabilité et de prospérité pour les bénéficiaires, elle a donc le double inconvénient de les soumettre

aux demandes et aux goûts des commanditaires en imposant un sujet, une dimension, un lieu, une durée déterminés (les contrats en témoignent), et de restreindre la circulation des œuvres, condamnées à l'enfermement dans un espace guère ouvert aux regards, hors du marché où elles pourraient trouver des amateurs et acquérir de la valeur.

Exceptionnelles cependant étaient les condamnations ou même les réserves envers le système de la commande, à une époque où l'impératif d'autonomie du créateur était encore loin d'aller de soi. »Ils se seraient bien gardés de peindre contre un mur qui n'aurait pu être qu'à un Maître, qui serait toujours demeuré dans un même lieu, et qu'on n'aurait pu dérober à la rigueur des flammes; il n'était pas permis de retenir comme en prison la peinture sur les murailles«, écrivait Dufresnoy à propos de la fresque, empruntant cette remarque à Pline.<sup>5</sup> En 1732, un amateur éclairé déclarera dans un discours à l'académie que »ceux qui font travailler les gens d'art, soit les princes, soit les gens opulents, doivent avoir le choix et la voix sur les ouvrages qu'ils proposent. C'est bien le moins. Mais quelque juste et quelque naturelle que soit cette décision, elle a souvent gâté de très belles dispositions et contraint le génie et l'exécution des auteurs«.<sup>6</sup>

En dépit de ses avantages, la commande – prestigieuse mais contraignante – demeurerait donc un frein à l'autonomisation de la production, à l'indépendance du peintre, à la mobilité des œuvres et au développement d'un marché. Caractéristique en revanche de l'époque moderne fut le développement progressif de l'achat, facteur d'indépendance autant que d'instabilité. Le passage de l'une à l'autre était inscrit dans l'organisation de l'atelier médiéval, avec la production quasiment en série d'images standardisées, telle qu'on l'observe encore aujourd'hui chez les peintres en plein air de la butte Montmartre, de la place Navone ou des autres hauts lieux de toursme.<sup>7</sup> Il s'était accéléré tout d'abord grâce à des facteurs techniques, avec l'extension de la peinture de chevalet et la réduction corrélative des formats par rapport à la peinture murale – la première étant pour Michel-Ange, »un art de femmes, de gens fortunés et de fainéants«, par rapport à la seconde, »la plus magistrale et belle, la plus virile, la plus certaine, plus résolue et durable«, selon Vasari.<sup>8</sup> S'y étaient ajoutés ensuite des facteurs économiques et culturels, avec l'apparition à la Renaissance d'une nouvelle clientèle privée, qui déborde le contexte de la cour pour atteindre le public bourgeois.

Cette forme de commercialisation propre au marché moderne connaîtra elle-même une évolution: l'achat direct au producteur, ou à un artisan spécialisé dans la peinture mais pas dans le commerce, cédera peu à peu le pas à l'achat indirect par un intermédiaire. Celui-ci pourra être soit un amateur, utilisant son capital de connaissances pour organiser des transactions de haut niveau (tels Paul et Roland Fréart vers le milieu du XVII<sup>e</sup> siècle<sup>9</sup>); soit un marchand, appartenant à la corporation des brocanteurs ou marchands-merciers, et donc spécialisé dans le commerce mais guère dans la peinture.

Ces marchands-merciers appartenaient aux »six principales corporations de Paris, sorte d'aristocratie industrielle qui remontait à la fin du XIV<sup>e</sup> siècle«.<sup>10</sup> »Vendeurs de tout, faiseurs de rien«, selon une formule élogieuse dans ce contexte de dévalorisation du travail manuel, ils étaient répartis en vingt classes, dont la treizième concernait le commerce des images, à savoir »ceux qui vendent des tableaux, des estampes, des candélabres, des bras, des girandoles de cuivre doré et de bronze, des

lustres de cristal, des figures de bronze, de marbre, de bois, et d'autre matière, des pendules, horloges et montres, des cabinets, coffres, armoires, tables, tablettes et guéridons de bois de rapport et doré, des tables de marbre et autres marchandises et curiosités propres pour l'ornement des appartements». <sup>11</sup>

Ce ne fut pas avant le XVIII<sup>e</sup> siècle qu'apparurent en France des vendeurs spécialisés dans le commerce de tableaux, tels Gersaint ou Mariette, à mi-chemin de l'amateur et du marchand. <sup>12</sup> Héritée de l'Italie de la Renaissance, puis des Pays-Bas (où le développement d'un marché moderne avait été favorisé par le recul du »grand genre« religieux consécutif à la Réforme), cette spécialisation des fonctions marchandes, intermédiaires entre fabrication et consommation des images, profitait à la fois aux amateurs, dont la demande s'était intensifiée et diversifiée, et aux peintres, du moins à ceux qui pouvaient bénéficier de cette commercialisation indirecte, évitant ainsi le discrédit académique jeté sur la »boutique«.

Les autres devaient se contenter de la traditionnelle exposition-vente, directement du producteur au consommateur, qui trahissait l'absence d'une clientèle acquise au praticien, réduit à s'offrir au premier venu dans son échoppe ou dans les lieux de vente traditionnels des images: la foire Saint-Germain, le Pont Notre-Dame, le Quai de Gèvres et la place Dauphine, où Chardin exposera *La Raie*. C'était le cas des maîtres-peintres ou des peintres-marchands – parfois plus marchands que peintres. »Les peintres-marchands ne se contentent pas, comme les autres, de vendre leurs propres ouvrages, s'ils sont assez habiles pour en faire, mais de plus font négoce de ceux d'autrui, et y ajoutent encore toutes sortes d'ouvrages de dorure et de sculpture, qu'ils font faire par les sculpteurs et doreurs de la communauté. Le commerce de ces peintres comprend donc tout ce qu'on peut faire en peinture et en sculpture, soit dorée, soit argentée, soit cuivrée, en détrempe, et à l'huile. Pour ce qui regarde la peinture, leurs tableaux se distinguent par différents noms, dont les principaux sont les tableaux curieux ou de cabinet, les dessus de portes, les dessus de cheminées, les dévotions, les grotesques, et les portraits de cour. On peut y ajouter des estampes de toutes sortes qu'ils mettent en cadre«. <sup>13</sup>

Ces deux formes de l'achat, sans ou avec intermédiaire, contribuaient ainsi à maintenir une nette hiérarchie entre la production mineure des petits genres et des peintres de la corporation, et les œuvres majeures des académiciens, destinées aux Salons. Là, l'élite des peintres pouvait exposer sans se soumettre à l'opprobre de la commercialisation directe ni se priver pour autant de la possibilité de montrer leurs œuvres – publicité particulièrement nécessaire à ceux dont les ouvrages n'étaient visibles ni dans les églises, ni dans les bâtiments publics. En détachant l'exposition de toute transaction financière immédiate, ce système mettait à distance l'aspect marchand du métier et encourageait l'autonomisation d'un usage désintéressé des œuvres, purs objets de délectation et d'appréciation esthétique. Que ce fût une considérable innovation, la lenteur de sa mise en place suffit à en témoigner: comme les conférences, les Salons ne commenceront qu'à la seconde génération académique, en 1673, et ne se régulariseront sous forme bi-annuelle qu'à partir de 1737. <sup>14</sup>

Les Salons imposeront donc, pour ainsi dire, une euphémisation de la fonction commerciale, redoublant sa spécialisation dans les mains des marchands pour assurer la dé-mercantilisation de l'activité du peintre: dé-mercantilisation elle-même contemporaine des progrès du marché privé sur le marché d'Etat, et de l'achat sur la commande.

## Zusammenfassung

Die Gründung der *Académie royale* (1648) hat zu bemerkenswerten Veränderungen in bezug auf den Status der Künstler und auf die Entwicklung des Kunsthandels geführt. Der Staat verfolgte drei Strategien: den Ankauf von Gemälden nicht mehr lebender und ausländischer Künstler, das System der Gratifikation und die Auftragsvergabe, die insbesondere durch die rege Bautätigkeit unter Ludwig XIV. große Bedeutung hatte, da 4,5 % der Baukosten für die Ausstattung der Gebäude mit Gemälden und Skulpturen aufgewendet wurden. Von den beauftragten Künstlern gehörten nur etwa ein Fünftel der Akademie an, die Karriere des überwiegenden Teils der Künstler war auf den freien Kunstmarkt angewiesen. Vorbehalte gegen die mit der Auftragskunst verbundenen Einschränkungen waren selten in einer Zeit, die von der Autonomie der Kunst noch weit entfernt war. Das Vorurteil gegenüber dem auftraggebenden Staat als »macchiavellistischen Ausbeuter« muß relativiert werden, allerdings stellten Aufträge insofern ein Hemmnis dar, als sie zeitliche und materielle Ressourcen des Künstlers banden und sein so geschaffenes Werk weitgehend der Öffentlichkeit und einer wertsteigernden Zirkulation auf dem freien Markt entzogen. Bei der Entstehung des modernen kommerziellen Kunsthandels zeigt sich eine Entwicklung vom Direktkauf beim Künstler hin zum Geschäft über den Mittelsmann, der sowohl zu den Kunstkennern und -liebhabern gehören konnte, als auch zu den Antiquitätenhändlern (*brocanteur* oder *marchand-mercier*), die »alles verkaufen und nichts machen«. Die Antiquitätenhändler gehörten zur Elite der Pariser Handelskorporationen, erst im 18. Jahrhundert bildete sich unter ihnen eine Schicht von Kunsthändlern heraus, die auf Gemälde spezialisiert waren. Der Zwischenhandel profitierte vom Interesse der Künstler, den Umgang mit den von der Akademie abfällig beurteilten *boutiques* zu vermeiden. Die anderen Künstler waren auf die traditionellen Verkaufsausstellungen angewiesen beziehungsweise darauf, den Kunden im eigenen Laden bedienen oder an den üblichen Orten des Bilderhandels, dem Jahrmarkt von *Saint Germain*, der *Notre-Dame*-Brücke und dem *Quai de Gèvres*.

Beide Formen des Verkaufs, mit oder ohne Zwischenhandel, verfestigten die Hierarchie zwischen der *kleinen* Genremalerei und der *großen* akademischen Kunst, die für den *Salon* bestimmt war. Dort konnte die Elite der Maler ausstellen, ohne sich der Schande der direkten Kommerzialisierung auszusetzen oder sich der Möglichkeit zu berauben, ihren Werken die notwendige Publizität zu geben. In der Loslösung der *Salon*-Ausstellung von jeglicher direkten finanziellen Transaktion bestärkte dieses System den Wert der Werke als Objekte des reinen ästhetischen Genusses. Diese Entwicklung kam nur langsam in Gang, die *Salons* begannen mit der zweiten Generation der Akademie 1673 und fanden erst 1737 zu einem zweijährigen Rhythmus. Der *Salon* führte damit auch zu einer Euphemisierung der Funktion des Kunsthandels, indem er die Rolle des Händlers stärkte und zugleich dem Künstler kommerzielles Handeln ersparte. Diese Entkommerzialisierung im akademischen *Salon* entwickelte sich zeitgleich mit einer Zunahme des privaten gegenüber dem staatlichen Handel und des Verkaufs gegenüber dem Auftrag.

(Klaus Weschenfelder)

## Anmerkungen

- 1 Cet article est extrait d'un ouvrage à paraître (*Du peintre à l'artiste. Artisans et académiciens à l'âge classique*, Paris, éditions de Minuit, 1993), dont il reprend une partie du troisième chapitre.
- 2 Sur la diversification des formes du marché dans l'Italie de la Renaissance, cf. F. Haskell, *Mécènes et peintres. L'art et la société au temps du baroque italien*, 1963, Paris, Gallimard, 1991; sur les Pays-Bas au XVIII<sup>e</sup>, cf. J.-M. Montias, *Artists and Artisans in Delft. A Socio-economic Study of the Seventeenth Century*, Princeton University Press, 1982, p. 218; sur la France à la fin de l'Ancien Régime, cf. A. Becq, in J.-Cl. Bonnet (éd.), 1988, *La carmagnole des muses. L'homme de lettres et l'artiste dans la Révolution*, Paris, Armand Colin, 1988.
- 3 Formant en moyenne, sous le règne de Louis XIV, 21% du budget des bâtiments, l'ensemble des «gratifications» aux gens de lettres, académiciens et savants (42 500 livres en 1685) demeure modeste comparé aux 50 000 livres versées la même année aux trois enfants bâtards de Madame de Montespan (cf. G. Couton, «Effort publicitaire et organisation de la recherche: les gratifications aux gens de lettres sous Louis XIV», actes du colloque *Le XVIII<sup>e</sup> siècle et la recherche*, Marseille, C.M.R. 17, janvier, 1976).
- 4 Largement répandue depuis les années 1970, cette fiction d'une «main-mise du pouvoir», alimentée à une lecture abêtie de Foucault, se construit par simple renversement de la valeur, positive ou négative, accordée à la puissance étatique: dans un cas, «le roi et la nation sont inséparables de cette admiration raisonnée qui doit monter vers eux davantage à mesure qu'on étudie leur œuvre commune. C'est le génie français qui s'exprime tout entier à Versailles, dans la composition dont il eut l'audace et la volonté; il fut vraiment le guide et l'initiateur ayant eu l'âme assez haute pour tracer aux artistes un cadre à leur mesure» (P. Francastel, *La sculpture de Versailles. Essai sur les origines et l'évolution du goût français classique*, Paris, A. Morancé, 1930, p. 290); dans l'autre, «Versailles n'est pas le miracle de l'absolutisme: il témoigne de la force et du succès des résistances de la société à l'entreprise autoritaire du roi, dans tous les domaines» (P. Francastel, «Art et sociologie», *L'année sociologique*, II, 1940, p. 513; cf. aussi J.-M. Apostolidès, *Le royaume. Spectacle et politique au temps de Louis XIV*, Paris, Minuit, 1981).
- 5 Ch. Dufresnoy, *L'art de peinture*, 1656, Paris, 1684, p. 101.
- 6 Caylus, *Discours sur le dessin*, Paris, 1732.
- 7 «Les peintres ne travaillaient pas toujours directement à la commande (...). Ce devient bientôt une pratique régulière pour eux que de garder dans leur atelier un petit nombre de peintures, souvent inachevées, qu'ils montraient à leurs clients en visite comme échantillons de leur travail. Si elle plaisait, la peinture était alors terminée après que l'on se fut entendu sur le prix» (F. Haskell, 1963, p. 15).
- 8 Cf. F. Negri Arnoldi, «Tecnica e scienza», in *Storia dell'arte italiana*, Torino, Einaudi, IV, 1979.
- 9 Cf. H. Chardon, *Les frères Fréart de Chantelou*, Le Mans, 1867.
- 10 H. Sauval, *Histoire et recherche des antiquités de la ville de Paris*, s. d.
- 11 Savary des Bruslons, *Dictionnaire universel du commerce*, Paris, 1759. Cf. aussi P. Vidal, L. Duru, *Histoire de la corporation des marchands merciers, grossiers, joaillers*, Paris, 1912.
- 12 Des «Curieux-marchands-troqueurs» sont toutefois mentionnés au XVIII<sup>e</sup> siècle (cf. Bonnaffé, *Le commerce de la curiosité*, Paris, 1895). Sur le marché des images au XVIII<sup>e</sup> siècle, cf. A. Becq, art. cit. et P. Verlet, «Le commerce des objets d'art et les marchands merciers», *Les Annales E.S.C.*, 13, n° 1-2, 1958.
- 13 Savary des Bruslons, 1759, p. 873. Parce que «la communauté des peintres prétendait se réserver le commerce exclusif des ouvrages de peinture», les ventes publiques de tableaux étaient interdites, sauf en cas d'inventaire, saisie, ordonnance du lieutenant civil (cf. Bonnaffé, 1895). Le discrédit jeté sur ces pratiques avait été nettement exprimé par l'*Accademia di San Luca*, dont les membres ne devaient pas s'engager dans le commerce sous peine d'expulsion, et qui

en 1633 avait obtenu du pape qu'il imposât une taxe spéciale à tous les marchands d'art: »C'est une chose grave, lamentable, intolérable même pour chacun, que de voir des œuvres destinées à la décoration des lieux sacrés ou à la splendeur des nobles palais, exhibés dans des échoppes ou dans la rue comme de vulgaires marchandises« (cité par F. Haskell, 1963, p. 121, qui ajoute p. 125: »Evidemment, aucun artiste à la réputation établie n'aurait pensé à baisser sa dignité de la sorte, et ceux que nous rencontrons sont en général des spécialistes mineurs du paysage ou du genre et surtout des peintres récemment arrivés à Rome ou y rentrant après une longue absence«). Pour

la France, cf. J. Thuillier, *Les peintres de Louis XIV*, catalogue, Lille, février-avril 1968, p. 16.

- 14 David imaginera en 1800 d'exposer au public les *Sabines* moyennant un droit d'entrée. En prétendant »faire payer pour voir«, c'est-à-dire en inscrivant l'exposition dans la tradition de l'exhibition propre au spectacle vivant, cette initiative contrevenait tant à la mise à distance de la fonction commerciale, pour les peintres, qu'à la fonction de comparaison assumée par les foires et Salons, pour le public. Aussi suscita-t-elle des réserves et ne connut-elle pas de suite (cf. A. Becq, 1988, p. 87 et *passim*).