

AUDE DE KERROS

EYROLLES ● POCHE

# ART CONTEM- PORAINE

Manipulation et géopolitique

**CHRONIQUE D'UNE DOMINATION  
ÉCONOMIQUE ET CULTURELLE**

Éditions Eyrolles  
61, bd Saint-Germain  
75005 Paris  
www.editions-eyrolles.com

---

Depuis 1925, les éditions Eyrolles s'engagent en proposant des livres pour comprendre le monde, transmettre les savoirs et cultiver ses passions !

Pour continuer à accompagner toutes les générations à venir, nous travaillons de manière responsable, dans le respect de l'environnement. Nos imprimeurs sont ainsi choisis avec la plus grande attention, afin que nos ouvrages soient imprimés sur du papier issu de forêts gérées durablement. Nous veillons également à limiter le transport en privilégiant des imprimeurs locaux. Ainsi, 89 % de nos impressions se font en Europe, dont plus de la moitié en France.

---

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans autorisation de l'éditeur ou du Centre Français d'Exploitation du Droit de Copie, 20, rue des Grands Augustins, 75006 Paris.

© Éditions Eyrolles, 2019, 2020, 2024  
ISBN: 978-2-416-01710-0

Aude de Kerros

# Art contemporain, manipulation et géopolitique

Chronique d'une domination  
économique et culturelle

● Éditions  
**EYROLLES**



# SOMMAIRE

Introduction. De l'hypervisibilité mondiale de l'art... 9

## **Partie I**

### **Arts en guerre**

<b>Chapitre 1</b>	1917-1991 : premières utopies de l'art global .....	27
<b>Chapitre 2</b>	1990-2000 : la métamorphose hégémonique .....	69

## **Partie II**

### **2000-2020 : l'ère globale**

<b>Chapitre 3</b>	2000-2010 : apogée du modèle hégémonique .....	103
<b>Chapitre 4</b>	2010-2020 : avènement de l'ère multipolaire.....	121

## **Partie III**

### **Cartographie de l'Art contemporain : nouvelle géographie des arts – de l'hégémonie à la concurrence**

<b>Chapitre 5</b>	Vue aérienne du système global .....	177
-------------------	--------------------------------------	-----

**Partie IV**  
**Nouvelles puissances,**  
**nouvelles technologies :**  
**révolution de l'art dans le monde**

<b>Chapitre 6</b>	Révolution technologique et monde de l'art.....	237
<b>Chapitre 7</b>	2010-2020 : la dernière guerre de l'art ....	265
<b>Chapitre 8</b>	2020-2024 : les métamorphoses systémiques de l'Art contemporain.....	317
	Conclusion. Fin de l'utopie d'un art global.....	339
	Bibliographie.....	349
	Annexe .....	355

*« Nulle civilisation ne peut se penser elle-même,  
si elle ne dispose de quelques autres pour servir  
de terme à la comparaison. »*

**Claude Lévi-Strauss<sup>1</sup>**

*« Le mondialisme, troisième forme  
de la pensée totalitaire, porte à son apogée  
un art de la provocation rodée par plus d'un siècle  
d'impostures, mystifications et retournements. »*

**Gérard Conio<sup>2</sup>**

---

1. Claude Lévi-Strauss, *Anthropologie structurale*, Paris, Plon, tome 2, p. 319-332, 1958 (réimprimé en 2012).

2. Gérard Conio, *Théologie de la provocation – Causes et enjeux du principe totalitaire*, Genève, éditions des Syrtes, 2016, p. 22.



# INTRODUCTION

## DE L'HYPERVISIBILITÉ

### MONDIALE DE L'ART

Après la fin de la guerre de 14-18, l'art et la culture ont acquis une fonction nouvelle d'arme politique, tant à l'ouest qu'à l'est du monde occidental. La guerre continue d'une façon non sanglante. Ne faut-il pas vaincre les esprits ? Soumettre aussi les intellectuels, les artistes et les faiseurs d'opinion, les enrôler dans le conflit ?

En 1989, la disparition du monde communiste modifie les lignes, le conflit bipolaire a fait place à la suprématie hégémonique. Il n'y a plus de guerre frontale, on ne brandit plus les armes, mais on exerce désormais le « doux pouvoir » à la conquête des « masses » indifférenciées. Le monde s'est ouvert, en l'espace d'une décennie. L'art a accru sa visibilité planétaire. Trente ans plus tard en 2019, la technologie numérique a connecté toute la planète, doté chaque être humain d'un téléphone portable et créé une économie globale.

Trois formes de richesse connaissent une circulation et une fluidité planétaire : matières premières, finances et art..., cette dernière jouant un rôle singulier dans la mondialisation.

À la fin du millénaire, l'art a connu une nouvelle métamorphose, développé de nouvelles fonctions : plus visible que

jamais, l'Art contemporain<sup>1</sup>, vecteur d'idées sans qu'on les prononce, n'a pas besoin de traducteurs, il communique par-delà les frontières. Polymorphe et multifonctionnel, il peut être tangible ou conceptuel. Il peut être unique ou sériel, trouver sa place dans un musée ou un port franc. Son statut d'objet n'est pas obligatoire, son contrat de vente ne porte que sur le concept, l'édition n'est pas l'œuvre. Ses circuits sont divers, il est titrisé dans un coffre, il circule sous forme de *bitcoin*, il est coté en salles des ventes, vendu de gré à gré, mis en garantie contre du crédit ou en parts dans un fonds.

Toutes ces opérations et tous ces usages ont lieu là, ou ailleurs, ou pas du tout. La valeur du nouvel Art contemporain est fluide, constructible arbitrairement. Il est produit financier, avantageusement défiscalisé, non régulé, insaisissable.

Que voit-on de l'art à l'échelle planétaire ? Une image qui saute aux yeux, qui fait le tour du monde comme l'éclair et accompagne un chiffre record.

## **2000 – La révolution planétaire du marché de l'art**

« *The world is watching...* », le monde entier regarde ! Tel était le titre du *teaser* diffusé partout, bien au-delà des cercles d'initiés, pour annoncer la vente aux enchères du tableau de Léonard de Vinci, *Salvator Mundi*, chez Christie's, à New York. Cet événement médiatisé dans le monde entier donne un instantané, daté de novembre 2017, de l'un des usages de l'art dans le grand jeu de la globalisation.

---

1. « L'Art contemporain » est orthographié avec un A majuscule et parfois accompagné de guillemets pour souligner sa particularité et ne pas le confondre avec l'ensemble de la création actuelle. Il désigne essentiellement le courant conceptuel considéré par le haut marché de l'art comme étant seul « contemporain et international ». On utilisera souvent dans ce livre l'acronyme AC pour le désigner et éviter la confusion. En annexe, page 355, un tableau indique les différences de contenu entre le mot « art » et « Art contemporain ».

Le début des records stupéfiants sur le marché de l'art remonte à trente ans et coïncide avec le début de la mondialisation. Ce fut à l'occasion de la vente des *Tournesols* de Van Gogh en 1987, qui fut adjugé à 39,9 millions de dollars chez Christie's. Du jamais vu jusqu'alors ! Quatre ans plus tard en 1991, le marché de l'art s'effondre, entraîné par le premier krach financier planétaire. Au même moment, l'Empire soviétique disparaît et la Chine apparaît sur la scène commerciale et culturelle. Le monde est désormais ouvert. Les salles des ventes, devenues internationales, sont présentes et visibles partout. Elles s'installent sur tous les gisements de millionnaires de la planète et décident de la valeur de l'art grâce à leurs nouvelles méthodes de titrisation. On ne parle plus de valeur intrinsèque d'une œuvre mais de cote, d'indice monétaire.

Deux maisons dominent alors le marché intercontinental : Sotheby's et Christie's. Elles sont concurrentes tout en ayant passé un accord dès 1992 sur le montant des commissions demandées aux acheteurs. Ce délit « d'entente » ne sera dénoncé et sanctionné qu'en 2004.

D'un commun accord, en 2000, elles réorganisent le marché de l'art en créant un troisième département de vente : au département d'Art ancien et d'Art impressionniste et moderne, elles ajoutent un département d'Art contemporain concernant les œuvres d'après 1960. Ainsi l'impressionnisme très coté, associé à la « modernité », aura la vertu de la sanctuariser et faire monter ses cotes, tandis que « l'Art contemporain » deviendra le nouveau terrain de spéculation.

La création de ce nouveau département est une révolution. Christie's et Sotheby's abolissent un principe majeur : celui de ne s'occuper que du second marché, le premier marché étant réservé aux galeries. Au xx<sup>e</sup> siècle, la consécration des jeunes artistes ne se faisait jamais grâce aux maisons de vente aux enchères mais grâce au travail des galeristes, des critiques d'art, au goût des collectionneurs, à la légitimation des institutions *in fine*. Les enchères ne consacraient que les artistes âgés ou morts.

Après l'an 2000<sup>1</sup>, la façon dont une œuvre d'art acquiert sa valeur change de façon radicale. Le mécanisme est renversé : les très grands collectionneurs cooptent en amont les artistes à coter, puis favorisent leurs expositions dans les lieux institutionnels avant leur mise en salles des ventes où leur visibilité devient planétaire et leur cotation fulgurante.

Les institutions, notamment muséales, jouent le jeu en aidant indirectement à la cotation des œuvres, grâce à leur mise en vue, leur muséification et leur attribution de légitimité, aidés par les mécènes collectionneurs, qui, ce faisant, sanctuarisent leur collection, défiscalisent et conquièrent la stature flatteuse du philanthrope.

### **La vente *blockbuster* de *Salvator Mundi***

En novembre 2017, Christie's a en charge la vente d'une œuvre à l'origine incertaine, en mauvais état, portant néanmoins la signature de Léonard de Vinci. La façon dont est traitée l'affaire montre à la fois un aboutissement et une rupture dans la façon de concevoir l'art et son marché. Les nécessités du marketing sont ici déterminantes. La stratégie adoptée sera celle des industries culturelles depuis vingt ans : gigantisme et sensation. Ce sera une vente *blockbuster*<sup>2</sup>.

Le placement « marketing » de l'œuvre permettra ici le choc. À la surprise générale, *Salvator Mundi* sera proposé dans une vente du département « Art contemporain » en compagnie cependant d'artistes modernes tels que Pollock et Bacon, mais aussi d'idoles contemporaines comme l'emblématique *streetarter* Jean Michel Basquiat, l'artiste porno-kitsch-académique John Currin et l'émergent afro-américain Keny James Marshal qui verra sa cote faire un

---

1. D'après Artprice, la croissance de l'Art contemporain a été multipliée par dix depuis 2000, en particulier entre 2012 et 2014.

2. Ce terme militaire désigne le moyen de provoquer la rupture des obstacles en faisant exploser une bombe de haut calibre permettant d'ouvrir une voie.

bond vertigineux en atteignant 5 millions de dollars. De quoi faire exploser toutes les catégories.

Le contraste est saisissant. Les collectionneurs d'Art contemporain, aventuriers des affaires, financiers avisés, recycleurs d'argent parfois douteux, sont sidérés par le rapprochement. Mieux encore, ils sont flattés de voir leurs habitués trophées côtoyer l'artiste le plus renommé de la Renaissance, héros du best-seller *Da Vinci Code* et du film éponyme. La clientèle d'initiés, de collectionneurs cultivés, coutumiers du département d'Art ancien, aurait eu un œil plus critique, plus attentif aux experts qui, quant à eux, en donnaient pour 100 millions de dollars, compte tenu de la réalité problématique du tableau.

Mais Christie's est allé plus loin dans sa démarche en faisant de cette mise aux enchères un événement culturel international. Avant même la vente, le Christ « Sauveur du monde » fut traité comme une star du show business. Il est parti en tournée autour du monde, auréolé de *storytelling*, paré de produits dérivés. Les médias ont relayé, suivis du buzz sur les réseaux sociaux, grâce à l'excellent *teaser* sur YouTube intitulé « *The World Is Watching* ».

C'est ainsi que le 21 novembre 2017, en quelques minutes les records de Picasso et même de Gauguin ont été battus. Deux fonds financiers se sont finalement disputés l'enchère. Dix-neuf minutes ont suffi pour entendre résonner le marteau à 400,3 millions de dollars.

Malgré l'excitation de la vente, le vainqueur des enchères, un fonds financier de Mohamed ben Salman, prince héritier de l'Arabie Saoudite, a fait un achat très calculé et raisonnable : l'œuvre était destinée à un futur musée, mais aussi à faire la tournée des musées du monde. Jean-Luc Martinez, président de l'Établissement du musée du Louvre, l'a retenue pour une exposition *blockbuster* au Louvre Abu Dhabi en septembre 2018, puis pour la grande rétrospective consacrée à Léonard de Vinci à Paris en octobre 2019. Les comptes prévisionnels de billetterie étaient prometteurs ! Mais le Louvre, en agissant ainsi, en confirmait l'authenticité

douteuse. Les choses ne se passèrent pas cependant comme prévu... *Salvator Mundi* ne fut pas reconnu comme de la main de Léonard par beaucoup de conservateurs et d'experts, ceux du Louvre et d'autres grands musées. Le Louvre, pour préserver sa réputation, renonça au gain et annula les deux événements. Le montage de l'exploitation économique de *Salvator Mundi* s'effondra. L'œuvre devint un grain de sable grippant la machine qu'est la grande industrie internationale des musées interconnectés, mise en place depuis deux décennies.

Artprice, qui rassemble les données concernant l'économie des musées, constate qu'il s'en crée dans le monde environ 700 par an depuis l'an 2000 et que le public a été multiplié par trente.

La vente de *Salvator Mundi* au département « Art contemporain » a révélé de façon plus forte que jamais que les salles des ventes internationales imposent la valeur par la cote, grâce à leur stratégie de marketing et de communication. Elles démentent l'évaluation des experts dans des proportions astronomiques. Ainsi dans cette vente, l'enchère a fait quatre fois leur évaluation.

Une stratégie semblable a bien fonctionné deux mois avant la vente de *Salvator Mundi* chez Christie's en septembre 2017. Lors d'une vente d'Art contemporain, Sotheby's a exposé la Ferrari formule 1 de Michael Schumacher. Estimée à 4 millions de dollars, elle est partie à 7,5 millions de dollars. Elle a ainsi changé de statut : de voiture d'exception, d'objet de culte, elle est devenue œuvre d'art.

De fait, l'art est désormais traité comme un « produit », qu'il soit « ancien », « moderne », ou « contemporain ». Telle est la « culture globale ». En art, la globalisation impliquerait-elle un processus de « décivilisation » ? Un phénomène d'acculturation ? Une occultation des créations dans la suite des civilisations, derrière une déclaration chiffrée, financière, factuelle, extrêmement simple et visible de la valeur faciale d'une œuvre « d'Art contemporain » ?

La vente de *Salvator Mundi* a eu un effet révélateur de la distance qui existe entre valeur intrinsèque et valeur faciale et des conflits d'intérêt entre marché et institutions. Cet événement n'a pas fini de rebondir ! En 2019, c'est une conservatrice en chef du MET<sup>1</sup>, spécialiste reconnue du maître, qui en conteste publiquement l'authenticité. Pour l'heure, le tableau a disparu, aucune exposition n'est prévue, on ne sait ni où il se trouve ni qui le possède. Aux dernières nouvelles le Département de la culture et du tourisme d'Abu Dhabi dit l'avoir en sa possession.

## **Les nouvelles fonctions économiques planétaires de l'art**

Les collectionneurs ne mélangeaient pas tellement jusque-là dans leur esprit l'art ancien, moderne et contemporain. Certains pratiquaient les trois et en faisaient un usage différent. Les œuvres caractérisées par leur beauté entraient dans leur décor quotidien, l'achat d'Art contemporain avait d'autres usages.

Les salles des ventes internationales ont profité jusqu'en 2017 d'avoir annexé le premier marché pour consacrer elles-mêmes l'art émergent au niveau mondial. Elles semblent vouloir changer de stratégie et pratiquer désormais la confusion des genres tout en jouant sur les trois départements, dans le but d'atteindre une clientèle plus nombreuse, fortunée et multiculturelle.

La génération de collectionneurs qui donnaient le ton à la fin du xx<sup>e</sup> siècle n'est plus. Ils étaient à la fois anglo-saxons, européens, riches et cultivés, ou souhaitaient l'être. La nouvelle vague la dépasse en richesse, le mot « art » n'a plus la même signification.

Les salles des ventes s'adaptent et leur proposent, lors des ventes, un mélange habile, hétéroclite, de ce qu'ils pourraient

---

1. Metropolitan Museum of Art, New York.

avoir envie de consommer : de l'œuvre d'art au sac à main, de l'objet design à la mode, aux montres, motos, voitures...

Il est vrai qu'Artprice, « la plus grande banque de données sur l'art au monde », affirme qu'en quelques années les collectionneurs sont passés de quelques dizaines de milliers à 77 millions. La marchandise doit donc s'adapter.

C'est une des raisons de la métamorphose en cours. L'Art contemporain a cessé d'être strictement conceptuel et réservé à un « *happy few* », flatté par l'hermétisme de sa pratique. Il est devenu un Art contemporain fourre-tout de tous les « concepts » d'art, de mode, de design, etc.

Les grandes maisons de vente internationales ont ce pouvoir de métamorphose, puisque selon la définition actuelle, « est de l'art ce que les institutions et le marché déclarent tel ».

Ainsi l'Art contemporain de dernière génération est un produit de vente adapté à un marché qui capte l'intérêt planétaire, permet une circulation monétaire fluide, fournit une clientèle en hautes liquidités. L'Art contemporain et certains objets avoisinent de fait les mêmes montants financiers. Ainsi auraient pu y être placés le Mazarin, le diamant le plus cher du monde, 163,41 carats, vendu 34 millions de dollars, en novembre 2017 chez Christie's, la Rolex ayant appartenu à l'empereur Bao Dai à 3,7 millions de dollars chez Phillips en mai 2017, etc. Telle est la tendance à venir.

Est mise en œuvre pour cela la stratégie *cross marketing* qui permet désormais aux maisons de vente de changer les objets de catégorie : de les transformer en œuvre d'art par le simple fait de les intégrer dans une vente d'Art contemporain.

Cet élargissement du champ de l'Art contemporain rend bien des services à divers secteurs de l'économie et des finances.

Ainsi en période de taux d'intérêt très bas, l'Art contemporain est un bon placement qui rapporte selon Artprice<sup>1</sup>

---

1. Rapport 2018 d'Artprice sur le marché de l'art de l'année 2017.

9 % pour des œuvres au-dessus de 20 000 dollars, de 10 à 15 % pour des œuvres de plus de 100 000 dollars. Raisonnablement, les conseillers financiers recommandent d'y réserver 20 % des actifs du portefeuille patrimonial, en considérant aussi la bonne venue des avantages fiscaux et du régime favorable des droits de succession.

Les produits de l'Art contemporain rendent surtout un service qui peut difficilement trouver d'autres supports : ce sont des liquidités faciles à déplacer, logeables dans des ports francs, hors frontières et visibilité. Ils peuvent servir d'argent de poche discret ainsi qu'aux règlements de montants en dessous du demi-milliard de dollars.

Ainsi, le département d'Art contemporain de deuxième génération propose des objets allant jusqu'à 91 millions de dollars pour les œuvres d'artistes vivants, et jusqu'à 400 millions de dollars pour ceux qui sont morts, que ce soit récemment ou à la Renaissance.

Ces sommes correspondent à « l'innocent » argent de poche de l'hyperclasse en perpétuel mouvement autour de la planète, mais aussi aux liquidités servant à régler les cargaisons de cocaïne ou autres commerces illégaux.

## **L'art mondial des records financiers**

Les ventes sont des instantanés, une suite de flashes dont le commun des mortels retient trois choses : l'auteur de l'œuvre, son prix et le record qu'il a battu. Certains retiendront aussi le lieu de la vente et le nom de la maison de vente.

Moins fulgurants, plus perceptibles, sont les événements *arty*, mot qui conjugue art et sexy. De quoi s'agit-il ? C'est l'apparition brève mais frappante d'œuvres d'Art contemporain à l'échelle planétaire, dont l'objectif est qu'elles soient vues aux quatre coins du monde afin de laisser dans leur sillage un nom d'artiste émergent pour l'aider à franchir la marche du haut marché, soit le million de dollars.

Ces « œuvres-happenings » sont le fruit d'une soigneuse mise en scène, particulièrement adaptée à l'art visuel et qui a pour objectif de faire de la com' et du buzz international. Cette mise en scène a lieu en amont des ventes, pour focaliser l'attention générale. Le principe réside dans le caractère éphémère de l'œuvre-spectacle. Le lancement de ce qui ressemble à une « marque » est un coûteux investissement, rien ne doit être laissé au hasard. L'œuvre apparaît soudainement, fait scandale, excite les médias et sa fabrication d'opinion publique, provoque rebondissements, coups de théâtre, manifestations, dégradations, procès. Puis disparaît. Le choix du lieu est très calculé.

Citons quelques exemples d'appropriation des espaces publics prestigieux du monde au service d'intérêts privés. Ainsi, les œuvres gonflables géantes de Paul McCarthy ont été mises en vue au cours de la dernière décennie dans de nombreuses villes du monde comme Los Angeles, Utrecht, Amsterdam, etc. En 2014, elles apparaissent simultanément à Hong Kong sous la forme d'un colossal étron mille fois photographié devant la plus belle vue de la ville chinoise. En Corée, il s'agit d'un canard de baignoire géant, voguant sur les eaux d'un parc de Séoul. Mais, à Paris, au moment de la Fiac, l'installation du *plug anal*, œuvre de Paul McCarthy, place Vendôme, sème la colère. Certes ce n'est qu'un produit d'appel pour des œuvres présentées à la Fiac au même moment et peu après dans la boutique d'une exposition institutionnelle au prestigieux hôtel de la Monnaie. L'effet escompté a été atteint : le nom de McCarthy a fait le tour du monde en quelques heures.

L'hypervisibilité procède du gigantisme, du kitsch et du scandale. Les œuvres de ce type ont une caractéristique commune : elles ont recours à l'exécration et à l'humiliation du lieu où elles sont exposées, parti pris inverse à celui jusqu'ici pratiqué où l'œuvre d'art est célébration, séduction et beauté à caractère universel.

Citons quelques œuvres du même type dont tout le monde a suivi l'événement : en 2017, *Domestikator* de Joep van

Lieshout, programmé pour le Louvre, est finalement présentée sur l'esplanade de Beaubourg. En 2015, *Le Vagin de la reine* d'Anish Kapoor est exposé dans le parc du château de Versailles. En 2010, le doigt d'honneur en marbre de Cattelan est dressé devant la Bourse de Milan.

Ces gestes, à l'origine révolutionnaire, de proclamation nihiliste, de foi en les bienfaits de la table rase, sont devenus des procédés de propagande pour une idée ou une marque, efficaces, rentables, adaptés aux dimensions du global.

L'admiration, le suffrage, l'adhésion ne provoquent pas de communication planétaire, car elle va de soi, répond à une attente, remplit immédiatement sa fonction : elle ne frustre pas, elle satisfait, on ne crie ni ne se plaint : on jouit.

L'Art contemporain n'a que le choix de déplaire. C'est une curieuse mais réelle nécessité financière.

Ce type de monument éphémère à caractère ambigu et contestataire a déjà fait son apparition dans les lieux symboliques du monde dès les années 1980 avec Christo. Ces premiers « emballages » se rattachaient à un pacifique *land art* dans les paysages nord-américains. En 1985, on peut percevoir de l'ironie dans « l'emballage du Pont-Neuf », une désacralisation du paysage parisien, mais pas d'exécration.

À Berlin, en 1995, la démarche est plus sérieuse, d'ordre politique. Il s'agit de « l'emballage du Reichstag ». Après la chute du système soviétique, l'État allemand retrouve ce lieu régalien et restaure son parlement après plus de soixante ans d'abandon pour cause d'incendie, de guerre et d'occupation.

L'emballage ironique du monument avant son inauguration a permis de résoudre un problème portant sur la mauvaise acceptation à l'international du retour à Berlin, enfin réunifiée, de la capitale de l'Allemagne et de la réutilisation du Reichstag, de « la maison du peuple allemand » par le Parlement. Comment faire passer la pilule ? Comment modifier les perceptions ? La moquerie faite sur le glamour de Paris et de ses rives par l'emballage du Pont-Neuf servit de modèle. Le regard public perdrait de sa méfiance à l'égard de ce symbole si on le dépouillait de sa puissance tragique,

si on le déshabillait de son histoire pour en faire un paquet bien ligoté, incapable de nuire, sous contrôle. Ainsi la dérision fut le principe actif de la com' décidée politiquement par le gouvernement pour entourer et atténuer les réactions hostiles ayant suivi l'annonce en 1991 du retour à Berlin. À cela, fut associée la décision de ne pas restaurer la coupole détruite par les bombardements pour y mettre un plafond de verre faisant ainsi l'ostentation de la transparence.

L'Art contemporain est une éternelle et gâteuse avant-garde : trente-cinq ans après l'emballage du pont Neuf, on remet cela en 2019. Cette fois-ci c'est au tour de l'Arc de Triomphe. Tout est prévu... mais est-ce bien prudent ? Les gilets jaunes et leur colère animent les lieux tous les samedis et Notre Dame vient de brûler. Est-ce le moment de jouer le jeu subtil de la dérision ? Que cela ne tienne, cela est repoussée à 2020. Quant au spectacle de Notre Dame en flammes, est-ce un accident, un attentat terroriste ou un geste artistique, une œuvre d'Art contemporain ? L'enquête est en cours. Le compositeur avant-gardiste allemand Karl Stockhausen, en 2001, au moment de l'effondrement criminel des *Twins Towers*, n'a-t-il pas déclaré lors d'un entretien avec la presse : « Ce à quoi nous avons assisté [...], est la plus grande œuvre d'art jamais réalisée ! »

Mais le temps de la sidération est passé et l'opinion publique en France et ailleurs a perçu la propagande d'idées alliée au marketing d'objets, cachée derrière la noble image de l'art, elle ne s'aligne plus si facilement sur les grands médias.

Ainsi l'Art contemporain, ses monuments, événements, happenings, scandales sont devenus en peu de temps une des circulations planétaires les plus fluides et un nouvel acide géopolitique.

**Tableau des records**  
**Les œuvres les plus chères du monde**  
**des trois départements**

**Ventes du département Art contemporain**

*Vivants*

Jeff Koons : *Balloon Dog*, 58 millions de dollars, en 2015, Christie's

David Hockney : *Pool with Two Figures*, 90,1 millions de dollars, en novembre 2018, Christie's

Jeff Koons : *Rabbit*, 91,3 millions, en mai 2019, Christie's

*Morts*

Jean Michel Basquiat : *Sans titre*, 110,5 millions de dollars, en mai 2017, Christie's

Aucune œuvre créée après 1980 n'a dépassé ce prix.

**Ventes du département Art impressionniste et moderne**

*Impressionnistes*

Claude Monet : *Les Meules*, 110,7 millions de dollars, 2019, Sotheby's. C'est la première fois qu'un tableau impressionniste franchit le seuil des 100 millions de dollars.

*Modernes*

Edward Munch : *Le Cri*, 120 millions de dollars, en 2012, Sotheby's

Picasso : *Les Femmes d'Alger*, 179,4 millions de dollars, en 2015, Christie's

Modigliani : *Nu couché*, 170 millions de dollars, en 2015, Christie's

*Nu couché sur le côté gauche*, 157,1 millions de dollars, en 2018, Sotheby's

**Ventes du département Art ancien**

Rubens : *Le Massacre des Innocents*, 78 millions de dollars, en 2002, Sotheby's

*Hors enchères, ventes de gré à gré*

Paul Gauguin : *Quand te marries-tu ?*, 300 millions de dollars, achetée par le Qatar en 2015

Paul Cézanne : *Joueurs de cartes*, 274 millions de dollars, achetée par le Qatar en 2011

Willem De Kooning : *Interchange*, 300 millions de dollars et *Number 17A*, 200 millions de dollars en 2015, achetées par Ken Griffin

Mark Rothko : *N° 6*, 186 millions de dollars, en 2014, acheté par Dimitry Rybolovlev

## Métamorphoses postpandémiques

2020 est une date de rupture commune au monde entier. Elle marque le début de la pandémie planétaire qui interrompt la circulation des hommes et des marchandises en n'épargnant aucun continent. La fracture est aggravée en 2022 par la guerre en Europe, qui a des répercussions mondiales. Puis, en 2023, par celle au Moyen-Orient, internationale elle aussi, et en Afrique. Ainsi se brise le monde, qui fut « global » le temps d'un tiers de siècle.

Cette utopie dont le spectacle et le discours furent portés par la grande boucle médiatique de l'Art contemporain n'a plus, après ces années de crise, le même pouvoir de sidération, même si sa cote et son réseau semblent éternels. L'envoûtement n'opère plus. Le prestige intellectuel et artistique aurait-il abandonné l'Art contemporain, le réduisant à sa perfection de produit monétaire et financier ?

L'espace s'est retourné. Le centre du monde, sa représentation, son spectacle « global », n'est plus l'unique référence. Le « local », le monde proche, a repris ses couleurs. Ses trésors brillent de toute leur singularité. Ils ne sont pas globaux et hyper-cotés, ils sont uniques. Chaque lieu devient un centre rayonnant de ce qu'il a de meilleur. La technologie permet cet effet scintillant de l'exception. La révolution technologique a ainsi ajouté sa part au chamboulement et pèse son poids, particulièrement en raison de l'intelligence artificielle désormais disponible en *open source*.

Malgré l'habileté des discours sociétaux de l'Art contemporain, qui adapte avec agilité ses stratégies aux changements du monde, le prisme avec lequel il est perçu a changé. Ne serait-il pas devenu aux yeux du monde un art néocolonialiste ? Ne fait-il pas partie de la guerre culturelle et économique menée par l'Occident hégémonique ?

Un partage humaniste, désintéressé de l'art et de la science semble désormais difficile à croire. Cela n'empêche pas le public mondial de l'art de profiter des commodités et des mondanités de son carrousel global. La relation avec

le plus fort entraîne naturellement des comportements, des adhésions et des pensées doubles. Il n'en demeure pas moins que la réalité humaine, anthropologique n'abandonne pas pour autant ses choix sensibles, amoureux, civilisationnels d'art. Aujourd'hui, la technologie – encore elle – rend une concurrence, à l'échelle internationale, possible.

Afin d'entrer dans le détail des nouvelles métamorphoses de l'Art global, ce livre, réédité en poche, est accompagné d'un nouveau chapitre qui décrit ce qui ressemble à une transformation majeure.

