



Guerzoni, Guido: Apollon et Vulcain – Les marchés artistiques en Italie (1400-1700). Edité par Philippe Sénéchal. Préface d'Enrico Stumpo. Traduit de l'italien par Sylvie Taussig (titre original : Apollo e Vulcano. I mercati artistici in Italia (1400-1700), Venise, Marsilio, 2006). 17 x 20 cm (broché), 512 pages, ISBN : 978-2-84066-286-0 EAN : 9782840662860, 28 € (Les presses du réel, Dijon 2011)

Compte rendu par Armelle Fémelat, Université Paul Valéry-Montpellier 3
(armelle.femelat@gmail.com)

Nombre de mots : 1798 mots

Publié en ligne le 2012-11-26

Citation: Histara les comptes rendus (ISSN 2100-0700).

Lien: <http://histara.sorbonne.fr/cr.php?cr=1595>

[Lien pour commander ce livre](#)

En 2011, Les presses du réel ont édité, dans leur collection *Œuvres en sociétés*, une traduction en français de la riche étude de Guido Guerzoni consacrée aux marchés artistiques en Italie entre 1400 et 1700, parue en italien chez Marsilio en 2006.

Initiative doublement louable étant donné l'importance du texte et la qualité de la traduction de Sylvie Taussig. Ouvrage de référence, ce livre est en effet venu combler une lacune dans l'historiographie italienne et enrichir une bibliographie majoritairement anglosaxonne (Richard Goldthwaite, *Wealth and the Demand for Art in Italy, 1300-1600*, Baltimore, 1993 ; Lisa Jardine, *Wordly Goods. A New History of the Renaissance*, London, 1996 ; Michael North, David Ormrod eds., *Art Markets in Europe, 1400-1800*, Ashgate, 1998) enrichie depuis (Marcello Fantoni, Louisa Matthew, Sara Matthews-Grieco eds., *The Art Market in Italy, 15th-17th Centuries / Il mercato dell'arte in Italia*, secc. XV-XVII, Ferrara, 2003 ; Evelyn Welch, *Shopping in the Renaissance : Consumer Cultures in Italy, 1400-1600*, New Haven, 2005 ; Renata Ago, *Il gusto delle cose. Una storia degli oggetti nella Roma del Seicento*, Roma, 2006 ; Michelle O'Malley, Evelyn Welch eds., *The Material Renaissance*, Manchester, New York, 2007).

Ambitieux, cet ouvrage d'histoire économique de l'art propose une réflexion générale sur les marchés artistiques dans la péninsule italienne à l'époque moderne – sujet lancé par Richard Goldthwaite et considéré comme excentrique dans les années 1990, devenu depuis « un des thèmes les plus à la mode dans les coulisses académiques, muséales et éditoriales, pourtant volages » comme le rappelle Guerzoni dans le prologue de la première partie. Conjugant exemples et théories, combinant les approches et croisant les disciplines (économie, histoire, sociologie, histoire de l'art, histoire de l'économie), l'auteur y sonde « la complexité de la réalité économique et sociale des marchés et la nécessité de sa prise en compte ». Il scrute les mécanismes sociaux et politiques et il décrypte les enjeux symboliques et patrimoniaux attachés aux marchés des arts.

Reflet de la double formation en économie et en histoire sociale de son auteur et de ses préoccupations actuelles d'enseignant en muséologie, cette synthèse

essentielle sur le rôle économique des arts au sein de la société s'articule en neuf parties. Problématique dans la problématique, chaque partie – subdivisée en sous-parties, aux intitulés clairs et concis – traite d'un sujet autonome avec une approche et une méthodologie qui lui sont propres. En amont, une préface d'Enrico Stumpo (traduite de l'édition italienne), suivie des remerciements de l'auteur. En aval, la liste des sources d'archives et une très riche bibliographie, ainsi qu'un index généreux. Sur la quatrième de couverture, un résumé commenté de Philippe Sénéchal et une brève présentation de l'auteur. Un regret, l'absence de conclusion, lacune d'autant plus fâcheuse que les neuf parties traitent chacune d'un thème distinct – fruit de recherches menées parallèlement sur un temps long. Et s'il n'y a pas non plus d'introduction à proprement parler, la problématique générale et le plan de l'ouvrage sont néanmoins présentés dans la première partie.

Centrée sur les « lexiques et grammaires » des « marchés artistiques », la première partie est majoritairement vouée à la terminologie. L'auteur revient sur les définitions, les concepts et les typologies, dans le but de restituer – en mots – les réalités artistiques et sociales, variées, nuancées et surtout changeantes, qui furent celles de l'Italie entre le XV^e et le XVIII^e siècle. Dénonçant la suprématie accordée – injustement selon lui – à la peinture, à la sculpture et à l'architecture, et démontant la hiérarchisation des formes artistiques, il entend reconnaître « une même dignité à tous les arts », qu'ils se rattachent aux arts plastiques, à la musique, aux arts somptuaires, aux arts utilitaires ou aux arts décoratifs. L'occasion du même coup de réfléchir aux notions d'originalité, d'imagination et de génie.

La deuxième partie retrace les « historiographies. Les débats entre économistes, historiens de l'économie, historiens de l'art autour des marchés des arts ». Cette étude historiographique dense et ultra-référencée qui revient sur chaque étape importante, fournit les données nécessaires pour aborder l'ensemble des thèmes évoqués dans le livre et comprendre l'évolution de la recherche relative aux marchés des arts.

La troisième partie est consacrée à la « Psychologie et éthique de la consommation. Le débat sur la libéralité, la magnificence et la splendeur ». L'auteur identifie et analyse les caractéristiques psychologiques, éthiques et comportementales des « consommateurs » d'art, en se basant sur des textes variés, allant de la littérature antique aux traités médiévaux et modernes. Puis, il réinvestit les notions de libéralité, de magnificence et de splendeur entre Antiquité et XVI^e siècle, à la faveur des textes et de l'histoire sociale, dans un effort constant de recontextualisation.

Renouvelant définitivement la problématique du mécénat princier et de l'artiste de cour, la quatrième partie traite de « L'analyse de la demande. Le cas des cours des Este entre le XV^e et le XVII^e siècles ». Les structures et les dynamiques de la demande émanant de ces différentes cours sont observées à la loupe dans leur composition, leur fonctionnement, leur personnalité et leurs caractéristiques. L'auteur dresse un panorama social des diverses familles actives en matière de consommation artistique. Il s'intéresse tout particulièrement au rôle politique et social des princes dans le développement des arts ainsi qu'aux répercussions économiques de leurs commandes. Sa reconstitution des univers des princes et de leurs liens avec les artistes et artisans est unique dans l'historiographie économique. De plus, il propose une revue détaillée des différentes formes d'acquisitions (commande, don et contre-don, échange, troc, leg, recouvrement de gages, remise de dettes, confiscation, réquisition, rançon, butin de guerre, vol, vente forcée, acquisition en bloc, vente aux enchères, loterie, compétition, concours, adjudication, récompense, délégation de travaux, sous-traitance individuelle), ainsi que des diverses formes de recrutement et d'encadrement professionnels.

La cinquième partie touche à la « Hiérarchie professionnelle, carrière et provenance géographique des artisans ». Investigation passionnante au cours de laquelle les contrats, le déroulé de la vie professionnelle et les origines géographiques des artistes actifs à Ferrare au XVI^e sont passés au crible. Et qui permet aussi à Guerzoni de dénoncer diverses idées reçues quant au statut et à la pratique des

artistes et des artisans, dans le cadre tant des cours que des corporations. Cette précieuse analyse met en exergue l'importance de la transmission des connaissances, des expériences et des recherches techniques. Elle permet de réévaluer les effets bénéfiques du système de commande princier, en faisant ressortir son rôle de stimulation et de raffinement des goûts. Et l'auteur de conclure en insistant sur la force de cette « économie du faste », facteur primordial de développement et de prospérité.

La sixième partie se (re)centre sur « L'offre et les marchés du travail », abordant les « modèles d'organisation, techniques de gestion et conséquences sur l'économie et sur l'emploi des Fabriques du duc d'Este au XVI^e siècle ». Il s'agit d'une analyse circonstanciée du marché du travail et de ses variations dans le domaine de l'architecture, à Ferrare aux XVI^e et XVII^e siècles. Innovant dans la méthodologie, l'auteur croise méthodes et disciplines de manière à pouvoir exploiter au mieux une quantité exceptionnelle de données et de sources historiques - sans équivalent pour aucune autre cour italienne de l'époque. Ce qui l'amène à s'interroger *in fine* sur l'exceptionnalité du cas ferrarais, sa reconstitution du tissu culturel étant plus fondée sur la connaissance pratique que sur la connaissance théorique.

La septième partie envisage « Les services. L'économie de la fête et la fête de l'économie », via « quelques considérations sur les *ephemera* ». En se focalisant sur l'offre des biens éphémères et des innombrables prestations professionnelles liées aux services festifs aux XVI^e et XVII^e siècles, Guerzoni jette un regard inédit sur les *ephemera* – jusque là majoritairement considérés pour leur fonctionnement politique et pour leur dimension artistique et culturelle. Il se focalise sur la dimension économique d'un phénomène qui a monopolisé des gens, des talents, de l'argent, une énergie et un temps considérables. Grâce à une méthode prosopographique qui analyse le phénomène sous le double angle qualitatif et quantitatif, l'auteur met au jour des politiques fiscales subtiles et un système d'administration et de gestion particulièrement élaboré, caractérisé par un niveau élevé de standardisation. De même, l'auteur souligne l'importance de la dimension technologique – et de toutes ses implications –, déplorant l'absence d'analyse liant les notions d'art, de technique et de technologie.

La huitième partie est consacrée aux « Prix. Éléments acquis et questions irrésolues » abordant la délicate mais non moins essentielle question de la formation et de la signification des prix des objets d'art à l'époque moderne. Cette réflexion de fond sur le prix des œuvres et la rétribution des artistes propose de dépasser les données purement économiques pour parvenir à envisager la rétribution au sens propre. Elle se place à la fois du point de vue des acteurs, mais également des produits, faisant une large place à la question de la production en série. Guerzoni interroge la notion d'originalité, aujourd'hui capitale en matière de « pricing » et de « branding », replaçant œuvres originales, copies et répliques dans le cadre socioculturel et socioéconomique de l'époque. Ce qui l'amène notamment à reconsidérer la question de la reproductibilité technique.

Enfin, l'ouvrage se clôt sur la problématique de « La formation du patrimoine culturel et l'impact des dispositifs de protection sur les formes d'intermédiation ». L'auteur retrace le débat juridique alimenté par la protection du patrimoine culturel entre le XV^e et le début du XX^e siècle. Ce qui lui permet de revenir sur le conflit entre protection du patrimoine et exportation des biens culturels en Italie. Il fait en outre la part belle aux notions de luxe et de techniques sophistiquées, fondatrices du prestige et de la vitalité économique de l'Italie – le fameux *Made in Italy* toujours d'actualité.

Volontiers polémique, cet ouvrage fait l'état d'une question fondamentale et crie haut et fort son point de vue, s'appuyant sur forces argumentations. Il dénonce, parfois de façon un peu trop insistante, les points de vues divergeants et les éventuelles erreurs de ses contradicteurs. Le ton est péremptoire – et un brin impérieux – pour (im)poser cette nécessaire « histoire économique et sociale de l'art articulant mécanismes sociaux ou politiques et enjeux symboliques ou patrimoniaux ». Un des aspects les plus méritoires de ce travail tient à la richesse de ses référents et

de ses références, tant en matière de sources que de bibliographie secondaire. Autre qualité méthodologique qui rend cet ouvrage irremplaçable, les 21 tableaux qui étayaient les démonstrations avec un lien vers une base de données encore plus complète en ligne (www.guidoguerzoni.org). Du point de vue de la forme, il faut saluer la beauté de la langue, soutenue et volontiers lyrique, parfaitement rendue par la traduction de Sylvie Taussig, en dépit de – trop – nombreuses citations en anglais et en latin non traduites.

Site conçu par Lorenz Baumer et François Queyrel et réalisé par Lorenz Baumer, 2006/7