

« Rassemblez votre courage pour quitter le domaine de l'art et du fétichisme.

Avancez vers le réel, puis vers l'extase. »

Mike Kelley

Quelques-unes des nouvelles contrées de la création passent aujourd'hui par une interrogation des rapports entre art et économie – deux domaines qui ont pu se combattre symboliquement et idéologiquement tout au long du XX^e siècle. Un phénomène de convergence, de captation entre les deux modèles semble être en mesure de s'actualiser durablement, où chacun puise chez l'autre, des systèmes d'organisation, des méthodes de conception, parfois même les finalités. Deux territoires donc – l'art et l'économie – se rapprochent, s'inspirent l'un l'autre, se recourent jusqu'à construire des plateformes communes. Le schéma booléen qui renvoie dos à dos, l'artiste, gardien exclusif de l'épaisseur symbolique et spirituelle du monde et l'entrepreneur, matérialiste soumis au trivial du produit, à la contingence du marché est impropre à décrire le grand brassage des normes, des hiérarchies et des valeurs qu'affronte le monde contemporain : les lignes bougent, les rôles sociaux et symboliques, dans un jeu complexe fait de déplacement, d'ouverture, de rupture, opèrent un brouillage du sens commun. Deux figures antithétiques – l'artiste et l'entrepreneur – avaient depuis la révolution industrielle construit un clivage entre la liberté de l'un et l'asservissement de l'autre. Vraies ou fantasmées, ces images n'ont plus de sens désormais, dès lors que l'économie contamine tous les domaines.

Pierre Musso recense depuis la Révolution française et la révolution industrielle trois stades dans les relations de l'industrie à l'art. Chacun de ces cycles est appuyé par une mutation technique qui conditionne en profondeur la discipline du capitalisme. Le premier stade, celui qui naît avec la Révolution industrielle, est tout entier impliqué dans l'utopie de maîtrise du monde, ce que le philosophe Saint-Simon appelle « l'industrialisme », association des savants, industriels et artistes. Le deuxième stade de la fin du XIX^e siècle invente le fordisme, rationalisation de la production et du travail. Quelques théoriciens s'attachent à décrire la naissance des industries culturelles – où une machine s'interpose entre l'homme et l'œuvre (disque, radio, industrie cinématographique, etc.) – notamment Walter Benjamin dans *L'œuvre d'art à l'ère de sa reproduction mécanique*. Antonio Gramsci dans *Note sur Machiavel*² entend saisir le nouvel industrialisme des années 1920 dans sa double dimension économique et symbolique, c'est-à-dire le fordisme comme producteur de biens et de services mais aussi comme producteur de construction mentale, de récits et d'imaginaire. L'École du Bauhaus en Allemagne deviendra le lieu emblématique de l'industrialisation de la création en expérimentant, pour une courte durée, une alliance de l'artiste, de l'ingénieur et de l'artisan. Le dernier stade, celui du post-fordisme se caractérise par une mondialisation des échanges et une domination du capitalisme financier. L'avant-garde de ce capitalisme est sans doute l'entreprise globalisée de communication, productrice de biens immatériels adossés à des narrations, qui trouvera à partir de la fin des années 1970, dans la rencontre de l'informatique et des télécommunications (les TIC) une technique à la mesure de son expansion. L'École de Francfort puis les situationnistes s'attaqueront à cette mutation spectaculaire pour en dénoncer les mensonges et les errements. Mais d'une certaine manière, il était déjà trop tard : la culture du sensible et du sentiment s'est, depuis, largement industrialisée. « Dans les laboratoires R&D, se confrontent les inventions, les intuitions des ingénieurs et des techniciens avec les

fictions du design, des publicitaires, du management, des médias ou des utilisateurs. Le nouvel atelier-laboratoire est une "cité créatrice", mettant en réseau de travail et d'échanges des collectifs pluridisciplinaires d'ingénieurs, d'industriels, de scientifiques, d'artistes, de chercheurs et d'utilisateurs. (...) Art et industrie se retrouvent une fois encore associés dans la production de fictions, de formes ou de technologies : il y a convergence des deux processus : du "côté artistique", l'intégration des technologies (notamment informatiques) dans le processus de création et du "côté industriel" la sollicitation des artistes pour enrichir le processus d'innovation. »³ L'activité artistique et le dynamisme économique ont pu coïncider plusieurs fois dans l'histoire industrielle, la prise en compte par l'industrie du rôle de l'artiste commençant dès la fin du XIX^e siècle. Mais cette rencontre, notamment du côté artistique est faite de suspicion et de défiance. Si à l'occasion des sauts techniques, le capitalisme a souvent appelé à une collaboration avec l'art, cette proposition n'a pas rencontré l'enthousiasme des artistes. Au final, chacun puise dans le domaine de l'autre pour le détourner à son profit : aussi bien le monde économique qui trouve dans certains courants artistiques – notamment, l'art cinétique, le monochrome, l'art minimal, la photographie contemporaine, etc. – source de renouvellement de ses propres images et emblèmes, que le monde artistique qui utilise les objets, les symboles, les normes du monde industriel pour questionner l'art lui-même – il semble suffisant de rappeler ici l'initiative de Marcel Duchamp avec *Fontaine*. Les mondes de l'art et de l'industrie s'utiliseront mutuellement pour faire bouger les frontières de leur propre domaine, sans sceller au fond une relation durable.

« Les artistes alimentent volontiers la légende dorée de la création subversive, anticonformisme, inspirée et rebelle aux conventions sociales et à l'utilitarisme marchand mais force est de constater qu'ils évoluent quotidiennement dans les modèles économiques les plus conformes aux exigences du nouveau capitalisme – hyperflexibilité, autonomie, fonctionnement en équipes, etc. Ce paradoxe trouvera peut-être sa solution dans l'idée

qu'aujourd'hui l'artiste et le travailleur des temps post-industriels fusionneraient dans une seule et même figure, celle du "créatif". Non seulement l'art ne serait plus l'autre du travail, mais il deviendrait son double inavoué, son prototype futuriste et par là même un lecteur avancé des métamorphoses du capitalisme. »⁴

Convergence de champs hétérogènes

Création artistique et production industrielle se sont donc croisées tout au long du XX^e siècle. Détournée, réappropriée, mise en scène, iconisée ou dématérialisée, c'est essentiellement la marchandise comme thème et motif dont les artistes useront. L'industrie, elle, choisira plutôt dans la matière artistique, celle qui lui permettra de renouveler ses images et ses produits. Mais le modèle de l'art comme champ de production autonome⁵, construit par le romantisme et le XIX^e siècle est aujourd'hui largement dépassé. Le constat de cette usure oblige à interroger le statut de l'art, le processus de création, les formes mêmes de celle-ci, dans une société radicalement façonnée et reconfigurée par l'emprise économique, les techniques de communication et d'information, les mutations du travail, les risques écologiques. Ces mutations conditionnent tout autant le modèle économique impliqué dans ce que l'on nomme ici « l'économie de la connaissance » ou « l'économie de l'immatériel », ailleurs « l'économie de la créativité », en quête d'innovation permanente, faisant appel aux affects et au sensible. Pour y parvenir, l'entreprise trouvera dans l'intuition de l'artiste, une matière première propre à ouvrir le processus d'innovation, de création, de renouvellement des produits. De nouvelles combinaisons se construisent donc au croisement des univers de l'artiste et de l'entrepreneur⁶, faits d'accords et de désaccords, d'alliances ou de critique, de compromis et de refus, d'identification ou de désordre, de chocs et d'interférences.

Plusieurs ouvrages théoriques émanant de sociologues ou de philosophes et qui rencontrent un fort écho, entendent clarifier cette convergence art/économie. En 1999, Luc

Boltanski et Eve Chiapello dans *Le Nouvel Esprit du capitalisme* établissent que le capitalisme contemporain s'est largement inspiré de l'artiste pour renouveler son marché et le capitalisme le plus récent est même une réponse structurelle à la « critique artistique » formulée à partir des années 1968. En 2000, Pascal Nicolas-Le Strat dans *Mutations des activités artistiques et intellectuelles dans une perspective socio-économique* comparent les artistes et travailleurs cognitifs. En 2002, Pierre-Michel Menger dans *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphose du capitalisme*, écrit que « non seulement les activités de création artistique ne sont pas ou plus l'envers du travail mais sont au contraire de plus en plus revendiquées comme l'expression la plus avancée de nouveaux modes de production et des nouvelles relations d'emplois, engendrées par les mutations récentes du capitalisme »⁷. Bernard Stiegler fera de cette question un enjeu idéologique et théorique central de son œuvre. « Notre époque, écrit-il, est menacée, dans le monde entier, par le fait que la "vie de l'esprit", pour parler avec des mots de Hannah Arendt, a été entièrement soumise aux impératifs de l'économie de marché et aux impératifs de retour sur investissement des entreprises qui promeuvent les technologies de ce que l'on appelle les industries culturelles, les industries de programmes, les médias, les télécommunications, et enfin les technologies du savoir ou technologies cognitives. Tous ces secteurs, étant donnée l'expansion de la numérisation, tendent à s'intégrer, ce que l'on a décrit voici une dizaine d'années comme la convergence de l'audiovisuel, des télécommunications et de l'informatique. »⁸

Plusieurs raisons et conditions se tissent l'une l'autre qui expliquent l'émergence d'une convergence art/économie. Dans une approche liminaire, il convient de rappeler la place centrale de l'économie, un champ qui n'est pas seul convoqué puisque adossé à la technique, et précisément aux techniques d'information et de communication, dont art et économie ont un usage commun.

— L'une et l'autre de ces deux expressions de l'activité humaine – art et économie – se voient profondément transformées sous l'effet de

l'économie globalisée qui installe de nouveaux modèles de développement. Une guerre économique se mène sur le champ culturel, enjeu industriel et marchand majeur qui place l'esthétique et la création au cœur de cette économie⁹. Il est alors logique qu'à « une société dominée par l'économie réponde un art qu'irrigue, oriente, façonne un questionnement de nature économique, un *ars economicus* », comme « l'âge médiéval, hanté par le salut, engendra une création plastique de nature métaphysique »¹⁰.

— Le champ de l'art est aussi un marché, qui a pu être perturbé par cette domination dont parle Paul Ardenne : ainsi la crise du marché de l'art survenue au début de la décennie quatre-vingt-dix a conduit des artistes à développer de nouveaux modes de production. L'exposition *ZAC 90. Zones d'activités collectives*¹¹ a proposé d'en rendre compte et donnait à voir des collectifs d'artistes, de designers, de graphistes, de théoriciens¹² agissant en lieu et place du musée, assurant le commissariat, la communication, le graphisme jusqu'à la scénographie générale. De nombreuses coopérations plus ou moins pérennes travaillent à partir du début des années quatre-vingt-dix en assumant les responsabilités de médiatisation de l'art : commissaire, critique, éditeur, galeriste¹³. La porte est alors ouverte pour rompre avec les intermédiaires, notamment ceux de la production. Ainsi pour la fabrication d'œuvres, certains artistes décident d'assumer ce rôle : Wim Delvoye a financé la réalisation de son premier *Cloaca*, Mathew Barney co-produit ses films, Thomas Hirschhorn participe au financement coûteux de ses montages¹⁴.

— Cette convergence du monde de l'art et de l'économie trouvera dans l'usage commun des techniques de communication le socle matériel nécessaire à cette mutation. Ces techniques construisent à la fois de nouvelles conditions pour l'expérience esthétique et pour la production industrielle. Les recherches artistiques, écrit Edmond Couchot¹⁵, emploient des techniques communes aux mondes scientifiques et économiques, domaines qui se contaminent l'un l'autre.

Ainsi l'économie deviendrait pour l'art ce que « le nu, le paysage ou le mythe du nouveau furent en leur temps au néoclassicisme, à l'impressionnisme ou à l'avant-garde : autant un mobile de création qu'un thème au goût du jour », écrit Paul Ardenne¹⁶. En parallèle, la montée en puissance des industries du sensible – celles qui prennent en charge l'imaginaire, le symbolique ou encore le cognitif – puise directement dans les domaines artistiques pour ouvrir de nouvelles lignes de consommation et de production.

Une fois posé le contexte général dans lequel s'observe cette convergence du monde de l'art et de l'économie, la tâche de l'étudier est immense. C'est pourquoi le parti pris est ici de soulever un pan du voile – celui de la création artistique attirée vers le monde entrepreneurial. Ce mouvement provoque une série de questionnements qu'il s'agira moins d'investir que d'en montrer l'étendue.

Formes de l'entreprise artistique

De nombreux artistes sont devenus des entrepreneurs au sens économique du terme. Certains se proposent même comme prestataires de service, d'autres comme leurs homologues de la marchandise, mettent au centre de leur approche, le spectateur ou l'usager. Wim Delvoye, Mathieu Laurette, Fabrice Hyber, Joep van Lieshout, Yann Toma, Jeff Koons, Takashi Murakami, Sylvain Soussan, Christine Hill, etc. construisent un modèle entrepreneurial pour développer leur activité de création.

« J'ai accepté cet entretien pour parler de mon statut de président d'entreprise. Je dirige un système et ce système n'est pas un piège, c'est une aventure humaine. C'est un modèle d'un nouveau genre qui revendique autant les avantages d'une économie ultra-libérale que ceux d'un système post-soviétique, ce qui me convient tout à fait et qui – jusqu'à présent – a l'air de convenir parfaitement à mes actionnaires. »¹⁷

A tenter une rapide typologie des entreprises artistiques, trois grandes catégories émergent¹⁸ – même si certains artistes peuvent relever de plusieurs de ces catégories – l'entreprise comme hétéronomie critique,

l'entreprise comme structure organisationnelle et fonctionnelle, enfin l'entreprise comme répertoire formel. L'enjeu de cette typologie, outre le fait qu'elle révèle un milieu déjà structuré, est de permettre de poser de manière frontale la question des rapports de l'art et de l'économie, d'éclairer les mutations récentes du champ de création.

A. L'entreprise comme hétéronomie critique

« La promiscuité que vit au quotidien l'artiste l'oblige à inventer des formes d'autonomisation afin de réussir à s'exprimer en toute liberté. »¹⁹

« Il y a également, et ceci probablement dans toute culture, dans toute civilisation, des lieux réels, des lieux effectifs, des lieux qui ont dessinés dans l'institution même de la société, et qui sont des sortes de contre-emplacements, sortes d'utopies effectivement réalisées dans lesquelles les emplacements réels, tous les autres emplacements réels que l'on peut trouver à l'intérieur de la culture sont à la fois représentés, contestés et inversés, des sortes de lieux qui sont hors de tous les lieux, bien que pourtant ils soient effectivement localisables. Ces lieux, parce qu'ils sont absolument autres que tous les emplacements qu'ils reflètent et dont ils parlent, je les appellerai, par opposition aux utopies, les hétérotopies ; et je crois qu'entre les utopies et ces emplacements absolument autres, ces hétérotopies, il y aurait sans doute une sorte d'expérience mixte, mitoyenne, qui serait le miroir. »²⁰

L'entreprise comme hétéronomie critique est née de la volonté d'artistes ou de collectifs d'artistes de se rassembler pour opposer au sein même du monde économique, un discours alternatif et politique, alors même que le champ culturel est convoqué dans le développement économique. L'entreprise est le modèle qui à la fois fournit le cadre de travail et la matière première qui sera intégrée dans les œuvres présentées comme porteuses d'une radicalité. Les entreprises comme hétéronomie critique interviennent donc pour « interloquer directement les phénomènes économiques du monde. En cela elles sont porteuses d'une dimension politique »²¹.

Les œuvres issues de cette catégorie sont des critiques²² directes du monde économique, souvent sous forme de performances, théâtralisées, scénarisées, narratives. Le vocabulaire de l'entreprise, ses dispositifs, ses protocoles, son mode de fonctionnement sont réexaminés et investis selon des critères esthétiques, sociaux et politiques. L'artiste Philippe Mairese, à partir de la SARL Grore et de l'enseigne Accès Local fondée respectivement en 1992 et 1998, procure aux entreprises un « observatoire des périphéries internes » : « Interventions proposées aux groupes et aux entreprises (...). Ces interventions se fondent sur l'analyse des processus de création collective développés par Accès Local et les étendent à des règles de comportement dans des situations collaboratives difficiles »²³. Il s'agit de déconstruire le langage habituel des réunions de travail : provoquer l'évènement, faire surgir du sens grâce à l'effondrement des règles du management et permettre que « quelque chose » surgisse grâce au dispositif mis en place. On peut multiplier les noms d'artistes qui s'inscrivent dans cette posture critique en usant du modèle entrepreneurial (Iain Baxter, Yann Tom, Joe van Lieshout, Marie Eichhorn, Pieter Engels, etc.) pour proposer des alternatives au modèle économique globalisé.

L'entreprise artistique comme hétéronomie critique ouvre l'hypothèse qu'il y a au travers de l'œuvre d'art la possibilité d'un modèle économique autre qui n'est pas uniquement guidé par le profit. Ces entreprises et les artistes qui les portent entendent ouvrir des nouveaux champs d'intervention pour l'art contemporain. Ils occupent la place de l'inconnu, dans un monde globalisé, c'est-à-dire un monde qui ne parvient qu'à produire du même et du semblable. C'est sans doute ici que se situe le point nodal de cette posture, qui prend en charge – autant que le fait l'entreprise classique – le marché du sensible et du sens.

B. L'entreprise comme structure organisationnelle et fonctionnelle

L'entreprise artistique comme structure organisationnelle et fonctionnelle est créée dans un but purement économique. Plusieurs hypothèses peuvent être avancées sur l'origine

de ce type de structure. L'internationalisation accrue des pratiques artistiques a considérablement augmenté les demandes auxquelles un artiste doit répondre : la charge de travail nécessaire au suivi des demandes dans un contexte hautement concurrentiel place l'artiste devant l'obligation de trouver une forme d'organisation réactive, flexible et universelle. Ce contexte concurrentiel incite même certains artistes à créer une entreprise pour développer leur nom comme marque (Laurette Bank Unlimited, 1999, Hybertmarché, 1995, etc.). La structure entrepreneuriale est aussi convoquée quand les œuvres nécessitent une économie de projet puissante et efficace (œuvre imposante, œuvre technique et complexe, œuvre nécessitant un financement important, etc.)²⁴. On peut citer les exemples de Daniel Buren (*The Eye of the Storm*, 2005), Maurizio Cattelan (*Hollywood*, 2001), Win Delvoye (de *Cloaca*, 2000 à *Cloaca Quattro*, 2005), Paul McCarthy (*Caribbean Pirates*, 2005), Olafur Eliasson (*The Weather Project*, 2003-2004), etc.

Les artistes qui s'inscrivent dans cette démarche ne se distinguent pas fondamentalement des entrepreneurs. L'art est un domaine de production, de consommation et de profit, comme le sont le marché des matières premières ou celui des parfums. Il existe dorénavant des structures de production qui fabriquent des œuvres d'art.

C. L'entreprise comme répertoire formel

L'entreprise comme répertoire formel offre à l'artiste d'user de la matière sémantique, esthétique que génère ce monde – image, son, slogan, texte, pratique, organisation, logo, etc. – pour créer des œuvres aux formes et contours neufs. L'entreprise donne sa cohérence, son sens et son ampleur aux œuvres qui en sont issues ; elle peut elle-même être œuvre. Elle sert donc de motif, de thème de travail artistique. C'est le lieu de recherches nouvelles, d'élargissement des mondes de l'art. Ce mode d'organisation comme répertoire formel participe d'un renouvellement des formes artistiques : qualité pratique, qualité démonstrative, potentiel de séduction plastique de la matière issue de l'entreprise.

Les causes de l'émergence de l'entreprise comme répertoire formel sont à chercher dans les besoins de nouveaux modes de production, non plus en termes d'organisation, mais comme modalités de création de l'œuvre et a fortiori du résultat final (Svetlana Heger et Plamen Dejanov, Siegfried D. Ceballos et Brigitte Rambaud, le collectif Autravail/atwork, Olivier Tourenc, etc., autant d'artistes qui s'appuient sur ce répertoire formel). C'est la problématique de l'usage théorisée par Nicolas Bourriaud : l'entreprise n'est qu'un exemple parmi d'autres, dans une société assimilée à un vaste répertoire de formes, formes qui seraient en attente d'activation²⁵.

Dans les trois formes d'entreprises artistiques, le parallélisme entre création entrepreneuriale et création artistique ne fonctionne pas selon les mêmes intentions. Dans un cas, les artistes proposent d'opposer au monde une radicalité au cœur même du dispositif économique, sans visée a priori utilitariste mais avec une intention de dénonciation. Dans l'autre cas, l'artiste valide l'absence de ligne de démarcation entre les sphères économique et artistique et architecture son travail dans un type organisationnel qui lui permet de produire des objets coûteux, techniques ou d'un format imposant. Dans le dernier cas, honneur ou déshonneur des artistes importe peu, l'entreprise est prétexte à déchiffrer de nouveaux territoires formels. Les trois catégories présentées ici utilisent l'entreprise pour ce qu'elle permet – sa plasticité, sa flexibilité, son audience – et ce qu'elle est – l'unique modèle d'organisation disponible.

Création en question

Si l'artiste est amené à rencontrer le langage, la structure de l'entreprise, des questions essentielles se posent : quelles créations émergent de cette convergence ? Et pour quels enjeux ?

Lucy Lippard « avait vu que s'établissait là [la création en 1969 par Iain Baxter de l'entreprise N.E Thing Co. Limited] une position ouverte dans la cartographie culturelle du monde occidental, l'un des derniers terrains culturellement neufs ou du moins sans tradition de création contemporaine et du coup détaché

de trop précises pressions par héritage, un bout du monde qui devait marquer pour s'imposer, qui devait inventer pour compenser le décentrement. »²⁶

L'art qui se pense comme entreprise construit des formes, produit des créations qui n'échappent pas à l'ambiguïté. L'ouverture de l'art vers le monde économique rend parfois inapte à distinguer ce qui relève de l'art ou de l'objet industriel. Cette échappée et ses dérives se manifestent dans les rapports entre art et nouvelles techniques d'information et de communication, dans les processus de dématérialisation de l'œuvre d'art, dans la mutation de la création vers le tertiaire et dans l'injonction à la création, condition de la survie de l'artiste. Quelles formes, quelles esthétiques surgissent dans cette zone de marnage ? Les productions artistiques consomment de plus en plus les techniques communes à la science ou l'économie, et peuvent même dans certains cas s'associer à des projets industriels. L'artiste, sentinelle des valeurs de résistance, se trouve alors pris dans la standardisation et la rationalisation, propres au monde entrepreneurial. John Armleder affirme « déléguer beaucoup de décisions pour la réalisation d'une pièce, dans son élaboration et jusqu'aux choix de l'exécution » et donc travailler avec des assistants à distance, par missives, conversations téléphoniques ou télécopies interposées »²⁷. Si on assiste à une déspecialisation des matériaux, outils, supports et langages des œuvres d'art, reste la question du potentiel de l'univers économique comme matériau esthétique.

Les formes symboliques se concurrencent les unes les autres, et dans cet univers compétitif, l'œuvre d'art n'est plus la seule à proposer des mondes imaginaires, à donner à voir des images et à fabriquer une épaisseur symbolique et spirituelle : elle doit édifier de nouvelles manières de prendre langue avec le monde, en affrontant d'une manière ou d'une autre la question de sa place, de son statut et de sa production

« Mais jusqu'où peut aller cette volonté de codifier, de reproduire, de susciter, de mettre sous contrôle les manifestations les plus singulières de l'homme et quels risques fait-elle courir à la société ? L'art en lui-même s'oppose

à ce projet de tout maîtriser par la science, chaque œuvre construisant un monde inépuisable bien qu'interrogeable par elle. Là réside l'acte de résistance de l'art à la société moderne le moins atteint par les évolutions des dernières décennies. Comme il y a deux siècles les œuvres restent investies de la mission de manifester le désir d'un monde défiant l'analyse, enchanté et enchanteur. »²⁸

L'un des tiraillements que provoque ce mouvement de l'art vers les sphères économiques et précisément entrepreneuriale est la place et le statut de la subversion, de la radicalité dont l'artiste s'était fait le chantre tout au long du XX^e siècle. La création artistique s'institue comme critique à l'intérieur d'un système dans lequel elle se produit. Que déplace-t-elle ? De quelle radicalité est-elle porteuse ? De nombreux artistes qui perçoivent l'entreprise comme une organisation opaque, une structure déshumanisante et aliénante, cherchent à en démasquer la vérité ontologique. Ces bonnes intentions dépassent-elles la simple caricature où l'artiste se contente au mieux de mimer le système, au pire d'être instrumentalisé, voire même de sombrer dans la compromission ? Comment s'y retrouve le spectateur dans cette imperceptible différence, dans ce subtil interstice entre être entrepreneur et faire l'entrepreneur. Comment comprendre la tentative d'invention par l'artiste au sein du monde économique, d'une nouvelle relation au monde marchand, aux logiques commerciales, au règlement du travail ? Pour obtenir quels bénéfices économiques ou symboliques ? Si, au XIX^e siècle, Courbet voyait dans les exigences de l'art social une menace sur la liberté de l'artiste, le travailleur doit-il légitimement s'inquiéter de l'entrée en fanfare de l'artiste dans le domaine entrepreneurial ?

Marie-Haude Caras

Responsable du département Recherche, Cité du Design de Saint-Etienne

1. Zone de marnage : différence de hauteur d'eau mesurée entre les niveaux d'une pleine mer et d'une basse mer (ou *vice versa*).

2. Antonio Gramsci, *Textes*, Paris, Editions sociales, 1983.

3. Pierre Musso, « Art, innovation et industrie : le retour du saint-simonisme ? », Colloque *Arts, Entreprises et technologies*, Nice, 24-26 novembre 2005.

4. Pierre-Michel Menger, *Le Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphose du capitalisme*, Paris, coll. La République des idées, 2002.

5. Pierre Bourdieu, *Les Règles de l'art*, Paris, Le Seuil, 1992, p. 190.

6. « La façon dont la figure du manager se charge aujourd'hui des qualités de l'artiste et de l'intellectuel tend à estomper l'écart, institué depuis le romantisme, entre le réalisme de ceux qui sont aux affaires et l'idéalisme des hommes de culture. » Luc Boltanski et Ève Chiapello, *Le Nouvel Esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999, p. 397.

7. Pierre-Michel Menger, *op. cit.*, p. 8.

8. Bernard Stiegler <www.arsindustrialis.org>

9. On utilise un florilège de concepts pour décrire l'économie globalisée et la bataille qui se mène sur le champ culturel : économie (ou société) du savoir ou de l'information ou de la connaissance, de la création ainsi que le terme générique de « nouvelle économie ». Le texte de Manuel Castells, *La Société en réseaux*, argumente qu'il ne s'agit pas seulement d'économie, mais aussi d'une mutation du pouvoir et des relations sociales. Manuel Castells, *La Société en réseaux*, Paris, Fayard, 1998.

10. Paul Ardenne, *Un art conceptuel*, Paris, Flammarion, 2001, p. 214.

11. *ZAC 90. Zones d'activité collective*, Musée d'art moderne de la ville de Paris, 1999.

12. Public, Glassbox, Labomatic, Toasting Agency, Bureau d'études, Infozone, Purple Institute, etc.

13. Voir ainsi les fonctions de commissaire d'exposition (exposition *Le procès de Pol Pot*, organisé par Liam Gillick et Philippe Parreno au CNAC Le Magasin, Grenoble, 1998-1999), de critique d'art, d'éditeur (Permant Food, édité par Maurizio Cattelan et Paola Manfrin, 1990), de galeristes (Wrong Gallery de Maurizio Cattelan 20th street à Chelsea, New-York 2002- 2005), les auto-productions seul ou en groupe, s'appuyant sur de structures autonomes.

14. A la fin des années quatre-vingt dix, début des années 2000, le monde institutionnel de l'art prend conscience d'une alliance qui se noue entre la sphère économique et la création contemporaine. Les expositions sur le thème de l'économie se multiplient en France et à l'étranger : *Le Capital*, 1999 et *Négociations 2000* au CRAC de Sète, *Pertes et profits* au CNEAI de Chatou (2000), *Ambiance magasin* (2001) et *Ma petite entreprise* au Centre d'arc contemporain de Meymac, *Black silver and gold* (2001) à la galerie du Bellay à Mont-Saint-Aignan, *Trans_Actions ou les nouveaux commerces de l'art* (2000) à la Galerie Art et Essai de Rennes, *Art & economy* (2002) au Deichtorhallen de Hamburg, etc. Le genre s'est largement confirmé depuis cinq ans.

15. Edmond Couchot, *La Technologie dans l'art. De la photographie à la réalité virtuelle*, Paris, Éditions Jacqueline Chambon, 1998.

16. Paul Ardenne, *Un Art contextuel*, Paris, Flammarion, 2001.

17. Yann Toma, cité par Paul Ardenne, *Yann Toma, Ouest Lumière*, Paris, Isthme Editions, 2004.

18. Un recensement a déjà été effectué de 1999 à 2000 par GAHP (Generic Art History) dans le cadre du département d'histoire de l'art contemporain de l'Université La Sapienza à Rome, connu sous le nom de Registre International des Entreprises Artistiques (ACIR). L'ACIR a classé les entreprises artistiques en trois catégories : A pour les entreprises

artistiques constituées sur le plan juridique (et « dont l'activité est concentrée sur l'analyse des mécanismes de la création de valeur ») ; B regroupe les entreprises qui développent un travail analogue mais qui ne sont pas constituées juridiquement ; C désigne les artistes ou collectifs qui ont le pris le nom d'une entreprise mais travaillent traditionnellement. Insatisfait de cette première classification, ACIR a proposé une nouvelle configuration en 2006 : *On value* analyse les pratiques artistiques selon qu'elles concernent directement ou indirectement la relation art/économie/réalité sous la forme ou nom d'une entreprise. <www.biennaledeparis.org/pdf/index/acir.pdf>

19. Iain Baxter, cité par Christophe Domino, "Art is all over", in *Art Press*, avril 1998.

20. Michel Foucault, « Des espaces autres » <<http://www.foucault.info/documents/heteroTopia/>>

21. Colloque *L'Art est l'entreprise*, CERAP, Paris, Sorbonne, 14-21 octobre 2006.

22. En 2006, le colloque international *L'Art est l'entreprise* coprésenté par le CERAP (Centre d'études et de recherche en arts plastiques) de l'université de Paris I Panthéon-Sorbonne et la XV^e Biennale de Paris se sont penchés sur les « entreprises d'artistes dites critiques ». Ces entreprises qui utilisent le modèle de l'entreprise et qui fonctionnent comme telles, usent de ce modèle pour en dénoncer les perversions et l'aliénation.

23. <www.acces-local.com>

24. Stéphane Sauzède, *Art, économie, entreprise. Une activité artistique indexée sur le CAC 40*, Thèse Université Paris I, 2006.

25. Nicolas Bourriaud, *Esthétique relationnelle*, Dijon, Les Presses du réel, 1998.

26. Christophe Domino

27. Lionel Bovier, *John Arlmeder*, Paris, Flammarion, 2005, p. 133.

28. Eve Chiapello, *Artistes versus managers*, Paris, Métailié, 1998.