

Preview : Photographie contemporaine: un marché (dé)construit - artpress

Par artpress

Par Aurélie Cavanna et Étienne Hatt.

Article en avant-première, artpress n°493, novembre 2021, pp. 52-61.

Notre numéro de novembre paraîtra le 20 octobre. Nous serons alors en pleine saison des foires à Paris. Pour l'occasion, notre enquête sur le marché de la photographie contemporaine, un des articles de ce numéro, est ici disponible en avant-première pour une semaine, jusqu'à sa sortie en kiosques.

For our English-speaking readers, translation down the page.

Alors que s'ouvre la saison des foires, plusieurs questions sont à l'origine de cette enquête sur le marché de la photographie contemporaine aujourd'hui. Ce marché existe-t-il vraiment, stable, autonome de celui de l'art contemporain ? La photographie – et les spécificités du médium – aurait-elle été malmenée par la constitution de ce marché ? Ses acteurs auraient-ils fini par brouiller les règles du jeu ? Pourquoi entend-on certains collectionneurs dire ne plus s'y retrouver ? Pour y répondre, un retour sur la construction d'un marché de la photographie et de ses conventions s'impose, de même que l'analyse de ses limites que ne manquent pas de souligner de nouveaux acteurs et de nouvelles pratiques qui mettent à l'épreuve l'objet au cœur de ce marché : le tirage.

Raconter l'histoire du marché de la photographie, c'est d'abord remonter à la fin du 19^e siècle, moment où les menaces pesant sur la peinture, entre un savoir-faire qui n'a plus la cote et la concurrence d'un médium reproduisant le réel mieux qu'elle, entraînent un bouleversement des critères : la technicité et le sujet ne feront plus la valeur d'une œuvre. Se met à primer ce que les économistes Nathalie Moureau et Dominique Sagot-Duvauroux ont appelé la "convention d'originalité". Désormais, une œuvre se doit d'être "innovante, rare et authentique (1)", convention valorisant la peinture et écartant la photographie, simple copie multiple, du champ artistique. Ce n'est qu'à partir des années 1960 qu'elle va s'y faire une place, avec son utilisation par des artistes, puis l'arrivée des photographes auteurs, dont le style et la subjectivité seront défendus par les agences, telle Viva (1972), créées à cette époque à la suite de Magnum. La reconnaissance artistique ira de pair avec la mise

en place d'un marché. Objet photographique le plus proche d'une œuvre d'art, "le tirage redevient le centre des préoccupations des artistes (2)" dans un contexte où, avec l'apparition de la télévision, la presse offre moins de débouchés et de reconnaissance aux images des photographes, entraînant, sur ce segment, une perte de revenus.

Grâce à des collectionneurs, historiens et commissaires d'exposition (le collectionneur André Jammes en France ou Harry Lunn, collectionneur et expert, puis marchand aux États-Unis), s'écrit alors une histoire de la photographie, référent nécessaire pour le marché. Progressivement, après le MoMA de New York en grand précurseur, des institutions occidentales s'y intéressent, légitimant la photographie et validant son histoire. Indispensables pour définir la valeur d'un tirage comme œuvre d'art, objet de collection et produit marchand, des conventions de qualité s'établissent, conformes à celles du monde de l'art qui, quelques décennies plus tôt, avaient exclu la photographie. Comme l'écrit la sociologue Raymonde Moulin, "la photographie a calqué ses règles et ses parcours sur ceux de la peinture (3)" : les éditions d'une même image seront limitées et numérotées afin d'encadrer le caractère reproductible du médium, problématique pour un marché avide de rareté.

Ces conventions sont portées par de nouvelles galeries spécialisées en photographie : Lee Witkin à New York (1969), la première, et à Paris, Octant d'Alain Paviot (1974) – devenue en 1995 la galerie Françoise Paviot –, Agathe Gaillard (1975), ou encore Michèle Chomette (1985) qui les a activement promues. Si le "vintage" (tirage contemporain à la prise de vue) devient la référence pour la photographie historique, c'est bien le "tirage original", limité, numéroté et signé, qui définit l'étalon de la photographie contemporaine. Hiérarchie fixant les prix, ces conventions sont adoptées par l'ensemble des acteurs dans les années 1980, notamment par les galeries d'art contemporain qui s'ouvrent à la photographie (Leo Castelli, Yvon Lambert), suivies des maisons de ventes, d'abord positionnées sur le segment historique, ainsi que des foires qui, elles aussi, investissent le marché : section photographie à la foire de Bâle (1989) et à la Fiac (1991), puis création de Paris Photo (1997), première foire spécialisée. Parallèlement, le droit s'est mis au diapason. En France, en 1991, un décret reconnaît comme œuvres d'art, donc protégées comme telles par le Code de la propriété intellectuelle, les photographies exécutées par l'artiste ou sous son contrôle, signées et authentifiées par lui, et numérotées "dans la limite de 30 exemplaires tous formats et supports confondus", après avoir été fixée à 60 en 1987. Toujours en 1991, le fisc leur accorde le taux réduit de TVA à 5,5 %, réservé aux œuvres, sur les mêmes bases.



Cathryn Boch, *Sans titre*, 2013, photographie de presse quotidienne, couture machine et glaçage au sucre sur papier, 22 x 25,5 cm, Collection Francès

Formation de la valeur

En dépit de ses conventions, le marché de la photographie contemporaine qui se constitue n'en est pas moins complexe. Cela tient à la nature même de la photographie. Car elle n'est pas seulement multipliable, elle est aussi multifonctionnelle – domestique, artistique, commerciale, de presse, d'illustration et, aujourd'hui, avec les réseaux sociaux, communicationnelle. Le marché des tirages a ainsi englobé différents types de photographie, sans que cela ne paraisse systématiquement légitime. Qu'en est-il, par exemple, de ces images de reportage qui l'ont investi pour compenser les (nouvelles) pertes d'opportunité dans la presse et l'illustration dues à la révolution numérique, où elles sont désormais concurrencées par la photographie amateur ou low-cost ? Images pensées pour informer et être diffusées, la destination première de ces photographies, dont la valeur (visuelle, et non matérielle) est fondée sur le sujet et la manière de le traiter, n'est a priori pas d'être tirées, encadrées puis accrochées à un mur en tant que produit marchand. Le marché des droits de reproduction, dont elles bénéficient hélas beaucoup moins aujourd'hui, leur est sans doute plus adapté. Ce marché peut d'ailleurs si bien fonctionner que c'est en son sein que le record de la photographie la plus chère a été atteint en 2006 par un cliché de Shiloh Nouvel Jolie-Pitt, fille d'Angelina Jolie et Brad Pitt, alors âgée de deux semaines, dont les droits sont

montés jusqu'à 10 millions de dollars. *The New Jeff Koons* (1980) de Jeff Koons, photographie de l'artiste lorsqu'il était enfant, a, elle, été cédée pour "seulement" 9,4 millions de dollars en mai 2013 chez Sotheby's. Cette dernière fait d'ailleurs écho à ces photographies anonymes qu'on a également vues s'inviter sur le marché, petits tirages miraculeusement dénichés qui peuvent tenir tant de la pépite que du cliché sans intérêt.

Derrière un même mot, se cachent donc de nombreux objets, et pas forcément artistiques. Ces derniers sont partagés entre les réseaux des galeries, des foires et des institutions généralistes, d'une part, et spécialisées en photographie, d'autre part. Pour la plupart des observateurs, il existe donc deux marchés, chacun ayant leurs propres valeurs et référents. Ainsi, une exposition aux Rencontres d'Arles importera sans doute bien plus aux acteurs du marché de la photographie qu'à ceux du marché de l'art contemporain. Il serait pourtant excessif de faire croire que ces marchés ne sont pas poreux. Des galeries généralistes d'art contemporain comme la galerie Xippas représentent des photographes qui, à l'instar de Joel Sternfeld, s'inscrivent dans la plus pure tradition du médium. Par ailleurs, même si les galeries de photographie ont été chassées de la Fiac, l'entrée, ces dernières années, de grandes galeries généralistes à Paris Photo laisse à penser que les deux marchés ont tendance à se rapprocher. Reste que, même si certains constatent une harmonisation des prix, ceux pratiqués par les galeries spécialisées sont inférieurs pour des objets aux caractéristiques similaires. En effet, les grands formats des photographes reconnus dans le champ de l'art contemporain sont très tôt devenus un standard de la photographie artistique tous marchés confondus sans qu'on s'interroge, pendant longtemps, sur la pertinence d'un tel choix. Ce format "pour en jeter dans le salon" ne rend pourtant pas justice à toutes les images – et on sait depuis longtemps que la taille ne suffit pas à faire la valeur de l'objet.

À cette complexité structurelle qui influe sur la formation de la valeur de la photographie, s'ajoute une ambiguïté fondamentale liée à la limitation des tirages. Comme le prouve l'exposition *l'Image et son double* qui se tient à la Galerie de photographies du Centre Pompidou jusqu'au 13 décembre, la reproductibilité est si propre à la photographie que des artistes en ont fait l'objet même de leurs travaux. À tel point que l'on peut qualifier les règles de limitation établies de purement artificielles. Aussi, si certains artistes vont jusqu'à détruire le négatif ou le fichier numérique pour garantir l'unicité ou la limitation de l'œuvre tirée, d'autres, tels Pentti Sammallahti ou Sebastião Salgado, se refusent à limiter leurs éditions. Il est aussi des collectionneurs pour lesquels ces règles de limitation importent peu. Isabelle Darrigrand en fait partie. Elle collectionne la photographie depuis 1999, collection dont une partie fut montrée à la Maison d'art Bernard Anthonioz de Nogent-sur-Marne en 2008 et au festival de Landskrona, en Suède, en 2016. La reproductibilité du médium y est pleinement acceptée. Isabelle Darrigrand prend même un certain plaisir à imaginer la même photographie dans une autre collection. En revanche, pour être au plus près du geste et du choix du photographe, elle a longtemps privilégié les tirages réalisés par l'auteur ou son contrôle le plus tôt possible après la prise de vue. S'exprime ici une culture de l'art du tirage qui ne se limite pas, comme cela peut désormais être le cas, à une simple perfection technique du rendu. Au contraire, d'éventuels petits défauts témoignent du geste du photographe.



Nicholas Nixon, *Boston Medical Center*, 2007, Coll. Isabelle Darrigrand

Nouveaux acteurs

Constitué dans le dernier tiers du 20^e siècle, le marché de la photographie contemporaine est, en dépit de ses limites intrinsèques, aujourd'hui considéré comme mature. Il a connu une explosion dans les années 2000 marquée par des prix record dans les ventes publiques. Ces derniers continuent d'être battus mais le marché semble avoir ralenti. Pour la plupart des observateurs, il ne serait pas en crise mais aurait atteint sa vitesse de croisière. Il faut néanmoins préciser que malgré l'arrivée de nouveaux photographes, il n'est un débouché que pour une minorité d'entre eux qui, de plus, n'en tirent la plupart du temps que de maigres revenus. Par ailleurs, si le marché semble stable, il n'en est pas moins menacé dans ses fondements et son fonctionnement par de nouveaux acteurs marchands et doit s'adapter aux renouvellements sans précédent de la création photographique.

Parmi ces nouveaux acteurs marchands figurent les maisons de vente. Déjà installées sur le segment de la photographie historique, elles se sont tournées plus ouvertement vers la photographie contemporaine dans les années 2000, confortant les règles établies. Leur arrivée a pu faire craindre une concurrence néfaste pour le premier marché, celui des galeries, surtout quand ces maisons de vente se fournissaient directement auprès de ces dernières qui, tentées de toucher ainsi de nouveaux clients, n'étaient pas à l'abri, en cas de mévente, d'un mauvais signal

envoyé à leurs collectionneurs. On constatera à cet égard l'échec de la vente Phillips du 15 octobre 2009 où près de la moitié des 180 lots, dont beaucoup provenaient directement de galeries, fut ravalée. Pourtant, à en croire Jonas Tebib, directeur du département Photographie de Sotheby's France, l'idée est plutôt celle d'une complémentarité avec les galeries, en proposant des œuvres dont l'édition est épuisée ou des pièces non vendues en galeries comme, en novembre 2019, après la mort du photographe Michaël Wolf, le portfolio *Tokyo Compression Revisited* (2012) composé de 77 tirages.

Outre les maisons de vente, le marché de la photographie contemporaine a été marqué, au milieu des années 2000, par l'arrivée des galeries d'édition qui, telles L'Œil ouvert, Lumas, Yellow Korner ou Wanted, proposaient des tirages limités et numérotés au-delà des 30 exemplaires réglementaires en France, voire en "open edition" non limitée, et destinés à un public plus large que celui du marché en place (4). Dans une économie qui ne peut absorber tous les acteurs, seules Lumas et Yellow Korner, disposant d'une assise financière plus solide et d'une stratégie associant grands noms historiques et photographes contemporains, ont perduré. Les ventes se font en galerie et en ligne. En consultant les sites, on constate l'ambiguïté des appellations qui cherchent à faire passer ce commerce pour un marché de collection : il y est question de photographie d'art, de tirage d'auteur et de séries ou d'éditions limitées ; des mentions indiquent que telle œuvre va "prendre de la valeur" – et non que son prix de vente va augmenter. Mais, sans parler de sa valeur artistique, quelle est la valeur de collection d'une photographie comme *Molitor Summer Time* de Ludwig Favre, vendue par Yellow Korner dans cinq formats différents, au total à près de 6 000 exemplaires, à des prix allant de 89 à 4 100 euros ? La nature des images, la diversité des formats et la qualité des finitions proposés placent plutôt ces photographies sur le marché de la décoration. D'ailleurs, si sur le site de Yellow Korner, le nom du photographe n'est pas un critère, on peut en revanche faire une recherche par couleur dominante et orientation (verticale, horizontale, panoramique ou carrée) de la photographie.

Pour certains observateurs, les galeries d'édition ne constituent pas une menace pour le marché établi de la photographie contemporaine : il s'agirait d'un autre segment – rapproché parfois de celui du poster – qui toucherait une nouvelle clientèle et constituerait même une forme de démocratisation. Bien sûr, les premiers prix sont très bas mais les 4100 euros du tirage le plus cher de *Molitor Summer Time* de Ludwig Favre s'inscrivent dans la fourchette des 1 200 à 5 000 euros des photographies uniques ou éditées à cinq exemplaires présentées dans l'exposition collective *À l'épreuve du végétal* qui se tient à la galerie Les Douches, à Paris, jusqu'au 30 octobre. Surtout, ces nouveaux acteurs n'entendent pas rester cantonnés à la périphérie du monde de la photographie. Preuve en est la stratégie de légitimation de Yellow Korner (5). Ainsi, de 2015 à 2018, soit les premières années de Sam Stourdzé à la tête des Rencontres d'Arles, Yellow Korner a été "soutien spécial" du festival en sponsorisant le programme Photo Folio Review – lectures de portfolios – et l'exposition du lauréat. Cette année, l'entreprise s'est engagée aux côtés du Prix Levallois de photographie dont l'exposition des lauréats, Cristiano Volk, Masha Svyatogor et Ezequiel Sambresqui, se tient à l'Hôtel de Ville de Levallois jusqu'au 31 octobre. Il n'est pas anodin que tous ces prix soient dédiés à l'émergence. L'ambition de Yellow Korner est, en effet, selon ses termes, de "révéler de nouveaux talents". Pourtant, on ne connaît guère de photographes

contemporains représentés par Yellow Korner qui soient aussi vendus sur le marché établi et exposés dans les institutions.



Lisa Sartorio, *Angle mort (voie camp de Sobibór)*, 2019, tirages jet d'encre pigmentaire sur papier Awagami Murakumo kozo, déchirures, montage en mille-feuille (pièce unique), 22 x 12 x 11 cm, Court. galerie Binome

Se jouer des règles

Ainsi, l'intégration de ces galeries d'édition dans le monde de la photographie ne semble pas achevée. Pourtant, leurs méthodes peuvent y créer une certaine confusion sur la nature et la valeur des œuvres proposées. D'autant que certains acteurs du marché développent de nouvelles offres qui s'en rapprochent en faisant passer un produit courant, voire un produit dérivé, pour un objet de collection. Le livre de photographie ayant rencontré ces dernières années un large succès, des galeries furent à l'initiative d'"éditions spéciales" qui permettent de commercialiser à un prix moindre de petits tirages numérotés et signés dont seule la taille diffère de celle des photographies vendues par ailleurs dans d'autres éditions. Une autre pratique consiste à donner les attributs d'un tirage original à une simple reproduction. Sur le site de l'agence Magnum Photo, qui possède aussi deux galeries, à Londres et Paris, et participe à Paris Photo, des tirages signés et numérotés de la photographie iconique d'Antoine d'Agata *Hamburg, Germany* (2000) sont proposés en deux formats, en édition de 15 par format, à des prix allant

de près de 12 000 euros à près de 19 000 euros. Or, sur la même page du site, la même photographie est commercialisée sous l'intitulé "Magnum Edition Poster" dans un format plus petit mais signé et limité à 50 exemplaires, ou non signé mais limité à 100 exemplaires, aux prix respectifs de 165 euros et 110 euros, auxquels peuvent s'ajouter les frais d'encadrement du poster. Si ces pratiques commerciales permettent de toucher de nouveaux clients, elles brouillent le marché tel qu'il s'est constitué ces dernières décennies et dont, par ailleurs, les hausses des prix rendent de moins en moins légitimes aux yeux des collectionneurs des éditions limitées trop importantes.

Est-ce pour cela que certains collectionneurs se tournent vers d'autres techniques, comme la peinture, ou vers d'autres pratiques de la photographie comme celles, actuellement très en vogue, qui insistent sur la matérialité de l'œuvre et tendent à la création d'objets uniques ? Estelle et Hervé Francès ont commencé en 2006 une collection autour de l'humain et de ses excès qui, comprenant un grand nombre de photographies, dont des premiers achats consacrés à la série *The Morgue* (1992) d'Andres Serrano, est exposée à la fondation Francès de Senlis et dans des lieux partenaires. Si le manque de transparence du marché et la relative standardisation de la photographie qu'il a entraînée ont pu jouer sans être pour autant un facteur décisif, ils se sont orientés vers des travaux plus expérimentaux, comme les photographies trouvées, cousues et recouvertes d'un glaçage au sucre de Cathryn Boch, où le geste de l'artiste signe sa présence et rend l'œuvre unique. Valérie Cazin, directrice de la galerie parisienne Binome qui s'est spécialisée dans ces nouvelles approches de la photographie a raison de rappeler que la motivation des artistes n'est pas marchande. Néanmoins, sans être une stratégie, l'unicisation profite d'un marché du multiple dont les règles semblent aujourd'hui plus floues. La nature même de ces pratiques déjoue ainsi ces conventions comme pour ne pas avoir à s'en soucier.

Car, en dernier ressort, au-delà des intermédiaires marchands, ce sont les artistes et les renouvellements de la création qui modifient les équilibres du marché. Ainsi, parallèlement à la matérialisation de la photographie, une autre tendance se dessine en faveur de sa dématérialisation. Les œuvres ne prennent alors plus la forme du tirage sur lequel était fondé le marché de la photographie contemporaine mais consistent en fichiers numériques qui peuvent ou non être tirés. Encore peu développé, leur marché est avant tout porté par les institutions. Ainsi, en écho à la pratique de Mohamed Bourouissa dont les projets s'adaptent à leur contexte et impliquent souvent collaboration et délégation, Florian Ebner, chef du Cabinet de la photographie du Musée national d'art moderne, a proposé à l'artiste d'acquérir la série *Nous sommes Halles* (2002-03) sous la forme de tirages pérennes mais aussi de fichiers numériques permettant, à chaque nouvelle présentation et en accord avec l'artiste, de reconfigurer la série comme Bourouissa l'avait fait pour son exposition *Libre-échange* aux Rencontres d'Arles en 2019. D'une certaine manière, avec la commande "Image 3.0" lancée en 2020, le Centre national des arts plastiques est allé plus loin : les œuvres acquises se réduisent ni plus ni moins à un fichier et un protocole. Là encore, ces créations s'extraient du marché du tirage et de ses règles.

Multiple et complexe, le marché de la photographie contemporaine est ainsi un marché dont les conventions ont montré leurs limites : la valeur d'un tirage ne peut

pas reposer que sur sa limitation. C'est aussi un marché qui s'est renouvelé en profondeur. Mais une chose perdure : il est trop étroit pour accueillir la diversité du médium, de ses pratiques et usages. Il exige donc de reposer la question de ses critères de valorisation et, avec elle, celle du revenu des photographes.

Aurélie Cavanna et Étienne Hatt

(1) Nathalie Moureau et Dominique Sagot-Duvaurox, *le Marché de l'art contemporain* (2006), La Découverte, "Repères", 2016. Des mêmes auteurs, lire "La construction du marché des tirages photographiques", *Études photographiques* n°22, septembre 2008 (en ligne).

(2) Dominique Sagot-Duvaurox, "Le marché de la photographie contemporaine est-il soluble dans celui de l'art contemporain ?", in François Soulages et Marc Tamisier, *Photographie contemporaine & art contemporain*, Klincksieck, "L'image & les images", 2012 (en ligne).

(3) Raymonde Moulin, *le Marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies* (2000), Flammarion, "Champs", 2009.

(4) Voir Safia Belmenouar, "La photographie d'édition, quels enjeux pour quels publics ?", *Marges, revue d'art contemporain* n°15, 2021 (en ligne).

(5) Sollicitée à plusieurs reprises, la direction de Yellow Korner n'a pas souhaité répondre à nos questions.

Cet article s'appuie sur des entretiens avec l'économiste Dominique Sagot-Duvaurox ; les galeristes Valérie Cazin (Binome), Françoise Morin (Les Douches), Françoise Paviot et Renos Xippas ; Jonas Tebib, directeur du département Photographie de Sotheby's France ; les collectionneuses Isabelle Darrigrand et Estelle Francès ; Pascal Beausse, responsable de la collection photographie du Centre national des arts plastiques ; Florian Ebner, chef du Cabinet de la photographie du Musée national d'art moderne ; l'artiste Mohamed Bourouissa. Nous les remercions pour leur disponibilité.



Pierre Boucher, *Portraits d'enfant*, vers 1935, épreuves gélatino-argentiques, 12,3 x 11,4 cm, Coll. Centre Pompidou, Paris ; achat grâce au mécénat de Yves Rocher, 2011 © Fonds Pierre Boucher et Centre Pompidou, MNAM-CCI / Audrey Laurans / Dist. Rmn-GP

Couv. : Joel Sternfeld, *Solar Pool Petals*, Tucson, Arizona, April 1979, 1979, tirage jet d'encre Epson, 106,7 x 133,4 cm, Court. l'artiste et Xippas © Joel Sternfeld.

Contemporary Photography: A Market (De)Constructed

As the season of fairs opens, several questions are at the origin of this survey of the contemporary photography market today. Does this market really exist, is it stable, is it independent of the contemporary art market? Has photography – and the specificities of the medium – been damaged by the constitution of this market? Have its players ended up bending and scrambling the rules of the game? Why do we hear some collectors say that they no longer find their footing in it? To answer these questions, we need to look back at the construction of a photography market and its conventions, as well as analyse its limits, which are underlined by new players and new practices that put the object at the heart of this market to the test: the print.

Telling the story of the photographic market means first of all going back to the end of the 19th century, when the threats to painting, between a know-how that was no longer popular and the competition of a medium that reproduced reality better than it, led to an upheaval of criteria: technique and subject matter would no longer determine the value of a work. What economists Nathalie Moureau and Dominique Sagot-Duvaurox have called the “convention of originality” took precedence. From then on, a work of art had to be “innovative, rare and authentic”, (1) a convention that valued painting and excluded photography, a simple multiple copy, from the artistic field. It wasn’t until the 1960s that photography began to carve out for itself a place in the field, with its use by artists, and then the arrival of auteur photographers, whose style and subjectivity will be defended by agencies, such as Viva (1972), created at that time, following Magnum. Artistic recognition went hand in hand with the establishment of a market. As the photographic object closest to a work of art, “the print once again became the focus of artists’ concerns” (2) in a context where, with the advent of television, the press offered fewer outlets and less recognition for photographers’ images, resulting in a loss of income in this sector. Thanks to collectors, historians and exhibition curators (the collector André Jammes in France or Harry Lunn, collector and expert, then dealer, in the United States), a history of photography was written, a necessary reference for the market. Progressively, after MoMA in New York as a great precursor, Western institutions became interested in it, legitimizing photography and validating its history. Essential to defining the value of a print as a work of art, a collector’s item and a commercial product, quality conventions were established, in line with those of the art world which, a few decades earlier, had excluded photography. As the sociologist Raymonde Moulin writes, “photography modelled its rules and procedures on those of painting”: (3) editions of the same image would be limited and numbered in order to control the reproducible nature of the medium, which is problematic for a market that is eager for rarity.

These conventions were supported by new galleries specialising in photography: Lee Witkin in New York (1969), the first; and in Paris, Alain Paviot’s Octant (1974) —become Galerie Françoise Paviot in 1995—, Agathe Gaillard (1975), and Michèle Chomette (1985), who actively promoted them. If the “vintage” (print contemporary with the shot) became the reference for historical photography, it was the “original print”, limited, numbered and signed, that defined the standard for contemporary photography. These conventions, which set prices, were adopted by all the players in the 1980s, notably by contemporary art galleries that opened up to photography (Leo Castelli, Yvon Lambert), followed by auction houses, which were initially positioned in the historical segment, as well as by fairs, which also entered the market: the photography section at the Basel fair (1989) and at Fiac (1991), followed by the creation of Paris Photo (1997), the first specialist fair. Meanwhile, the law was brought into line with this trend. In France in 1991 a decree recognized as works of art, and therefore protected as such by the Intellectual Property Code, photographs executed by the artist or under their control, signed and authenticated by them, and numbered “within the limit of 30 copies in all formats and media,” after having been set at 60 in 1987. Also in 1991 the tax authorities granted them the reduced VAT rate of 5.5%, reserved for works, on the same basis.



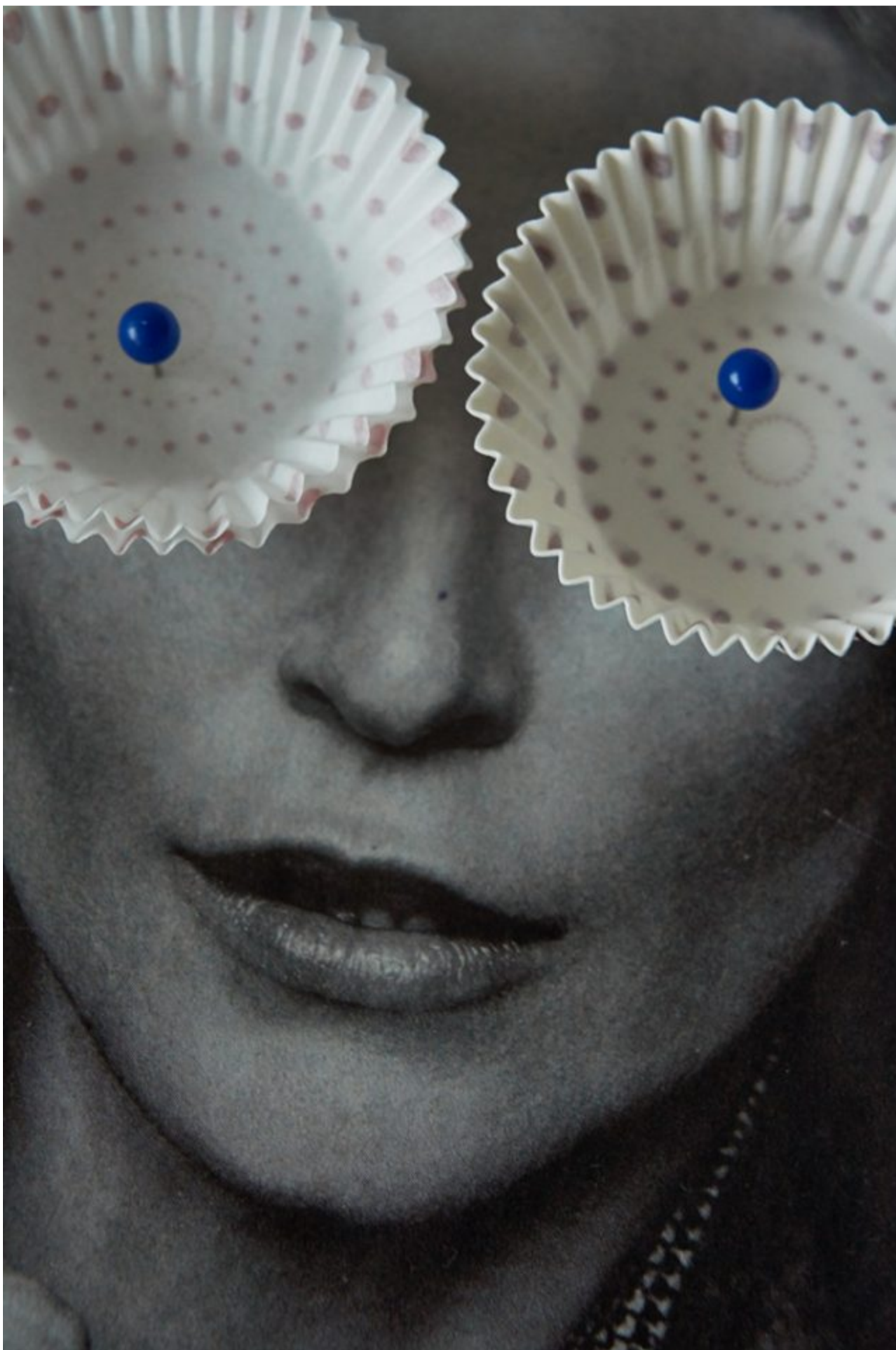
Hanako Murakami, *Le Regard qui brûle*, 2021, esquisse numérique, commande photographique nationale Image 3.0, Cnap – Jeu de Paume, 2020-21

Formation of value

Despite its conventions, the emerging market for contemporary photography is no less complex. This is due to the very nature of photography. For it is not only multipliable, it is also multi-functional—domestic, artistic, commercial, press, illustration and, today, with social networks, communication. The print market has thus encompassed different types of photography, without this appearing systematically legitimate. What about, for example, those reportage pictures that have entered it to compensate for the (new) loss of opportunity in the press and illustration due to the digital revolution, where they are now competing with amateur or low-cost photography? Images designed to inform and be circulated, the primary destination of these photographs, the value of which (visual, not material) is based on the subject and the way in which it is treated, isn't a priori to be printed, framed and then hung on a wall as a commercial product. The market for reproduction rights, from which they unfortunately benefit much less today, is undoubtedly more suitable for them. This market can work so well, in fact, that it was within it that the record for the most expensive photograph was set in 2006 by a photograph of Shiloh Nouvel Jolie-Pitt, the two-week-old daughter of Angelina Jolie and Brad Pitt, which fetched up to \$10 million. Jeff Koons' *The New Jeff Koons* (1980), a photograph of the artist as a child, sold for "only" \$9.4m in May 2013 at Sotheby's. The latter echoes the anonymous photographs that have also been seen inviting themselves onto the market, small prints miraculously unearthed, which can be gems or uninteresting snapshots.

Behind the same word, therefore, lie many objects, not necessarily artistic ones. The latter are divided between the networks of generalist galleries, fairs and institutions on the one hand, and those specialising in photography on the other. So for most

observers, there are two markets, each with their own values and referents. Thus, an exhibition at the Rencontres d'Arles will undoubtedly be more important to the actors of the photography market than to those of the contemporary art market. However, it would be excessive to suggest that these markets can't overlap. Generalist contemporary art galleries such as Xippas represent photographers such as Joel Sternfeld, who are in the purest tradition of the medium. Moreover, even if photography galleries have been driven out of Fiac, the entry of large generalist galleries at Paris Photo in recent years suggests that the two markets are tending to grow closer together. However, even if some people see a harmonisation of prices, those charged by specialist galleries are lower for objects with similar characteristics. Indeed, the large formats of photographers recognized in the field of contemporary art have rapidly become a standard of artistic photography in all markets, without anyone questioning the relevance of such a choice for a long time. However, this "living room show-off size" format doesn't do justice to all images—and it has long been known that size alone doesn't determine the value of an object. In addition to this structural complexity that influences the forming of the value of the photograph, there is a fundamental ambiguity related to the limitation of prints. As the exhibition *L'Image et Son Double* at the Galerie de Photographies of the Centre Pompidou (until December 13th) proves, reproducibility is so specific to photography that artists have made it the very object of their work. To such an extent that the established rules of limitation can be described as purely artificial. While some artists go so far as to destroy the negative or the digital file in order to guarantee the uniqueness or the limitation of the printed work, others, such as Pentti Sammallahti and Sebastião Salgado, refuse to limit their editions. There are also collectors for whom these rules of limitation are of little importance. Isabelle Darrigrand is one of them. She has been collecting photography since 1999, part of which collection was shown at the Maison d'Art Bernard Anthonioz in Nogent-sur-Marne in 2008, and at the Landskrona festival in Sweden in 2016. The reproducibility of the medium is fully accepted. Isabelle Darrigrand even derives a certain pleasure from imagining the same photograph in another collection. On the other hand, in order to be as close as possible to the photographer's gesture and choice, she has long favoured prints made by the author or under their supervision as soon as possible after the shot. This expresses a culture of the art of printing that isn't limited, as may now be the case, to simple technical perfection of the rendering. On the contrary, any small defects bear witness to the photographer's gesture.



Paul Pouvreau, *Mascarade*, 2015-16 © Paul Pouvreau, Court. Les Douches la Galerie

New players

The contemporary photography market, formed in the last third of the 20th century, is now considered mature, despite its intrinsic limitations. It experienced a boom in the 2000s marked by record prices at public sales. These continue to be beaten, but the market seems to have slowed down. For most observers, the market isn't in crisis, but has found its stride. It should nevertheless be pointed out that despite the arrival of new photographers, it is an outlet for only a minority of them, who moreover, most of the time earn only a meagre income from this activity. Moreover, although the market seems stable, its foundations and its functioning are threatened by new market players, and it has to adapt to the unprecedented changes in photographic creation.

Among these new market players are the auction houses. Already established in the historical photography sector, they turned more openly to contemporary photography in the 2000s, reinforcing the established rules. Their arrival may have led to fears of damaging competition for the primary market, that of the galleries, especially when they bought directly from the latter, which, tempted to reach new clients in this way, were at risk of sending a bad signal to their collectors in the event of a poor sale. In this respect, we note the failure of the Phillips sale on October 15th, 2009, when almost half of the 180 lots, many of which came directly from galleries, didn't sell. However, according to Jonas Tebib, director of the photography department at Sotheby's France, the idea is rather to complement the galleries by offering works that are out of print and pieces not previously sold in galleries, such as the portfolio *Tokyo Compression Revisited* (2012), composed of 77 prints, in November 2019, after the death of photographer Michaël Wolf. Beyond auction houses, the contemporary photography market was marked in the mid-2000s by the arrival of publishing galleries such as L'Œil Ouvert, Lumas, Yellow Korner and Wanted, which offered limited, numbered prints beyond the 30 copies required by law in France, or even non-limited "open editions" aimed at a wider public than that of the existing market. (4) In an economy that cannot absorb all the players, only Lumas and Yellow Korner, with a more solid financial base and a strategy that combines the great historical names and contemporary photographers, have survived. Sales take place in galleries and online. On the websites, the ambiguity of the names that try to pass this business off as a collector's market is apparent: there is talk of fine art photography, author's prints and limited editions or series; there are statements that a particular work will "increase in value"—not that its selling price will rise. But, leaving aside its artistic value, what is the collector's value of a photograph like Ludwig Favre's *Molitor Summer Time*, sold by Yellow Korner in five different formats, a total of almost 6,000 copies, at prices ranging from 89 to 4,100 euros? The nature of the images, the diversity of formats and the quality of the finishes place these photographs more in the decorative market. Moreover, if on the Yellow Korner site the name of the photographer isn't a criterion, it is possible to search by dominant colour and orientation (vertical, horizontal, panoramic or square) of the photograph. For some observers, publishing galleries do not pose a threat to the established

market for contemporary photography: they are another sector—sometimes likened to the poster market—that reaches a new clientele and even constitutes a form of democratisation. Of course, the lowest prices are very low, but the 4,100 euros for the most expensive print of *Molitor Summer Time* by Ludwig Favre are in the range of 1,200 to 5,000 euros of the single or five-copy photographs presented in the collective exhibition *À l'Épreuve du Végétal* which is being held at Galerie Les Douches, in Paris, until October 30th. Above all, these new players don't intend to remain confined to the periphery of the world of photography.

Proof of this is Yellow Korner's legitimisation strategy. (5) Thus, from 2015 to 2018, the first years of Sam Stourdzé at the head of the Rencontres d'Arles festival, Yellow Korner was a “special supporter” of the festival by sponsoring the Photo Folio Review programme—portfolio readings—and the winner's exhibition. This year the company is committed to the Levallois Photography Prize, the winners of which, Cristiano Volk, Masha Svyatogor and Ezequiel Sambresqui, will be exhibited at Levallois-Perret's city hall until October 31st. It is no small detail that all these prizes are dedicated to emergence. Yellow Korner's ambition is, in fact, in its words, to “reveal new talent”. However, we know of hardly any contemporary photographers represented by Yellow Korner who are also sold on the established market and exhibited in institutions.



Mohamed Bourouissa, série *Nous sommes Halles*, exposition *Libre-échange*, Rencontres d'Arles, 2019, Court. l'artiste

Toying with the rules

Thus, the integration of these publishing galleries into the world of photography doesn't appear to be complete. However, their methods can create a certain amount

of confusion about the nature and value of the works offered. All the more so as certain players in the market are developing new offers that come close to this by passing off an everyday product, or even a derivative product, as a collectable item. In recent years the photography book has met with great success, and galleries have initiated “special editions” that make it possible to market small, numbered and signed prints at a lower price, the only difference being the size of the photographs sold in other editions. Another practice is to give the attributes of an original print to a simple reproduction.

On the website of Magnum Photo agency, which also has two galleries in London and Paris, and participates in Paris Photo, signed, numbered prints of Antoine d’Agata’s iconic photograph *Hamburg, Germany* (2000) are offered in two formats, in editions of 15 per format, at prices ranging from nearly 12,000 euros to nearly 19,000 euros. However, on the same page of the website, the same photograph is marketed under the heading “Magnum Edition Poster” in a smaller format but signed and limited to 50 copies, or unsigned but limited to 100 copies, at prices of 165 euros and 110 euros respectively, to which may be added the cost of framing the poster. While these commercial practices make it possible to reach new customers, they muddle the market as it has been constituted over the last few decades, and moreover, price increases make limited editions that are too large less and less legitimate in the eyes of collectors.

Is this why some collectors turn to other techniques, such as painting, or to other photographic practices such as those currently in vogue, which insist on the materiality of the work, and tend towards the creation of unique objects? In 2006 Estelle and Hervé Francès began a collection based on the human and its excesses which, including a large number of photographs, including initial purchases devoted to the series *The Morgue* (1992) by Andres Serrano, is exhibited at the Francès Foundation in Senlis and in partner venues. While the lack of transparency in the market and the relative standardisation of photography it has brought about may have been a factor, they have turned to more experimental works, such as Cathryn Boch’s found, sewn and sugar-glazed photographs, where the artist’s gesture signals her presence and makes the work unique. Valérie Cazin, director of the Parisian gallery Binome, which specialises in these new approaches to photography, is right to point out that the artists’ motivation isn’t commercial. Nevertheless, without being a strategy, the “unique-isation” benefits from a market of multiples, the rules of which seem to be more blurred today. The very nature of these practices thus thwarts these conventions, as if to avoid having to worry about them.

For, in the final analysis, beyond the market intermediaries, it is the artists and the renewal of creation that modify the balance of the market. Thus, in parallel with the materialisation of photography, another trend is emerging in favour of its dematerialisation. Works no longer take the form of prints on which the contemporary photography market was based, but consist of digital files that may or may not be printed. Still not very developed, their market is above all supported by institutions. Thus, echoing the practice of Mohamed Bourouissa, whose projects adapt to their context and often involve collaboration and delegation, Florian Ebner, head of the Photography Department at the Musée National d’Art Moderne, proposed that the artist acquire the series *We are Halles* (2002-03) in the form of permanent prints, but also digital files that would allow the series to be reconfigured at each new presentation and in agreement with the artist, as

Bourouissa did for his exhibition *Libre-Échange* at the Rencontres d'Arles in 2019. In a way, with the "Image 3.0" commission launched in 2020, the Centre National des Arts Plastiques has gone further: the works acquired are reduced to nothing more or less than a file and a protocol. Here again, these creations are extracted from the print market and its rules.

Multiple and complex, the contemporary photography market is thus a market in which conventions have shown their limits: the value of a print cannot be based solely on its limitation. It is also a market that has undergone profound renewal. But one thing remains: it is too narrow to accommodate the diversity of the medium, its practices and uses. It therefore requires the question of its valuation criteria to be reexamined and, with it, that of photographers' incomes.

Translation: Chloé Baker

(1) Nathalie Moureau and Dominique Sagot-Duvauroux, *Le Marché de l'Art Contemporain* (2006), La Découverte, 2016. By the same authors, see "La Construction du Marché des Tirages Photographiques", *Études Photographiques*, 22, September 2008 (online).

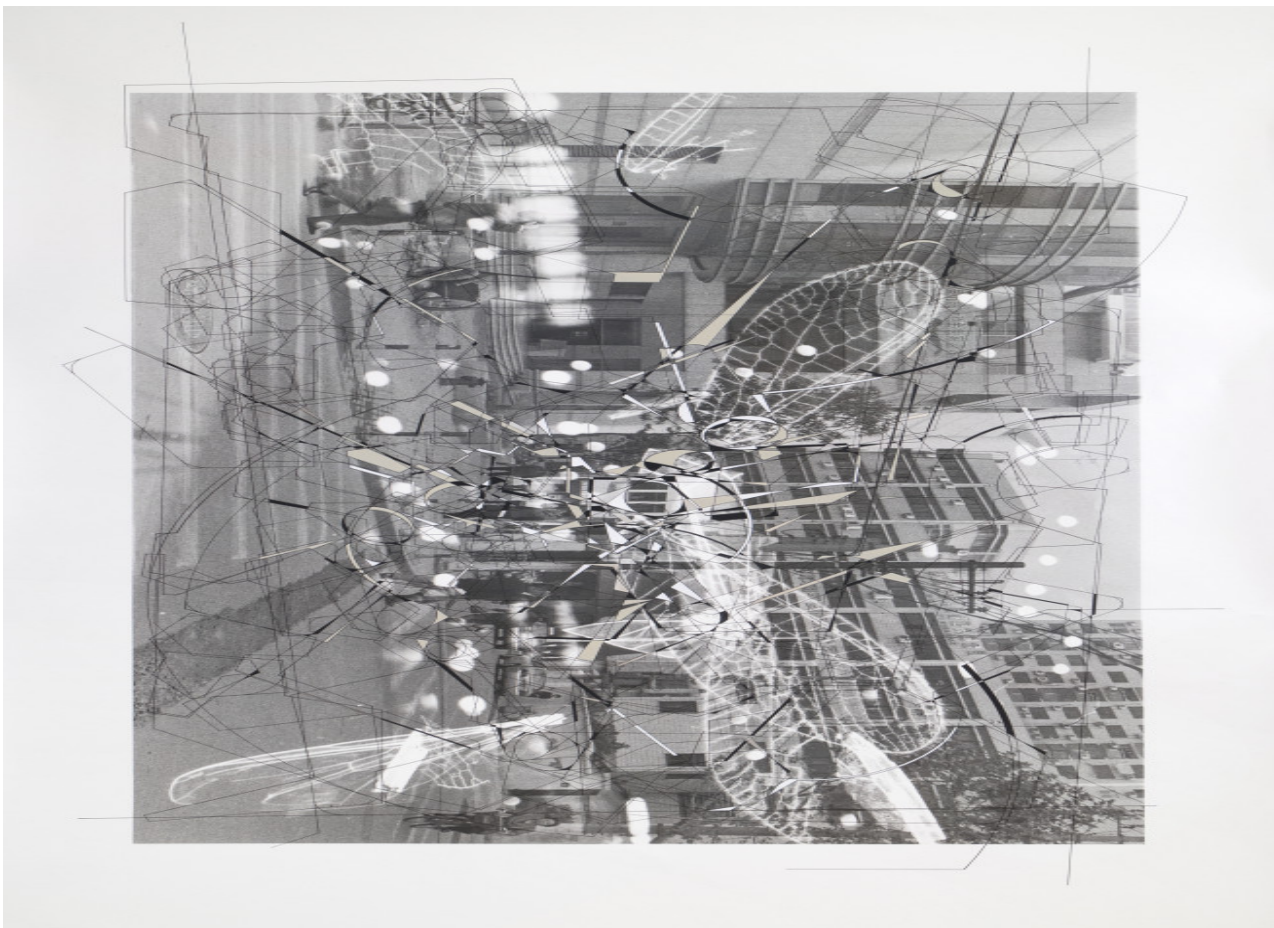
(2) Dominique Sagot-Duvauroux, "Le Marché de la Photographie Contemporaine Est-Il Soluble dans Celui de l'Art Contemporain?", in François Soulages and Marc Tamisier, *Photographie Contemporaine & Art Contemporain*, Klincksieck, 2012 (online).

(3) Raymonde Moulin, *Le Marché de l'Art. Mondialisation et Nouvelles Technologies* (2000), Flammarion 2009.

(4) See Safia Belmenouar, "La Photographie d'Édition: Quels Enjeux pour uels Publics?", *Marges*, 15, 2021 (online).

(5) Contacted on several occasions, the management of Yellow Korner didn't wish to respond to our questions.

This article draws upon interviews with the economist Dominique Sagot-Duvauroux; the gallery owners Valérie Cazin (Binome), Françoise Morin (Les Douches), Françoise Paviot and Renos Xippas; Jonas Tebib, director of the Photography Department at Sotheby's France; the collectors Isabelle Darrigrand and Estelle Francès; Pascal Beausse, head of the photography collection at the Centre National des Arts Plastiques; Florian Ebner, head of the Photography Department at the Musée National d'Art Moderne; and the artist Mohamed Bourouissa. We thank them for their availability.



Aki Lumi, *Traceryscape – SH5220*, 2020, peinture sur éprouve gélatino-argentique, 122 x 76 cm, Court. galerie Françoise Paviot