

PAR ANNE-CHARLOTTE MICHAUT

LA CÉRAMIQUE CONTEMPORAINE

Exposée au Musée d'art moderne de Paris, la céramique a le vent en poupe, même si le marché doit gagner en maturité.

COLLECTIONNER Hélène Delprat, Annette Messenger et Ulla von Brandenburg ont été invitées à réaliser des décors sur une sélection de six formes de vases de Sèvres, autant de « pages blanches offertes à leur créativité ». Les vases ont ensuite été cuits dans le plus grand four à bois de la Manufacture, dont l'allumage se fait tous les cinq ans, et dévoilés mi-novembre après 33 heures de cuisson et un mois de refroidissement. Si cette invitation témoigne de la volonté de renouvellement permanent de la Manufacture de Sèvres, de son soutien à la création contemporaine et de son désir de transmission des savoir-faire (ici, la peinture), elle révèle également une ambiguïté dans l'appréhension des objets de céramique. En effet, les formes de vases sont réalisées par les artisans tandis que les décors apposés par des artistes reconnues viennent conférer aux objets le statut d'œuvre d'art.

La céramique, longtemps dévaluée et marginalisée du fait notamment de sa proximité avec l'artisanat et de son usage fonctionnel, a le vent en poupe depuis une quinzaine d'années. En témoignent des expositions thématiques d'envergure dans des lieux et ins-

titutions d'art contemporain, comme « Ceramix » à La Maison rouge en 2016, et, actuellement, « Les Flammes, l'âge de la céramique » au Musée d'art moderne de Paris. Une avancée pour la céramique, à n'en pas douter.

Mais qu'en est-il des répercussions sur le marché ? La consécration de la céramique comme partie intégrante de la création contemporaine se vérifie-t-elle d'un point de vue commercial ? Yves Peltier, commissaire général de la Biennale internationale de la céramique contemporaine de Vallauris de 2008, faisait à l'époque la distinction entre la « filière céramique » et le « monde de l'art », deux univers entretenant une relation « complexe, ambiguë et le plus souvent équivoque ». Il s'expliquait : « Il règne d'un côté une incompréhension, une ignorance des mécanismes du monde de l'art et de son corollaire le marché de l'art, des exigences de ce dernier, et de l'autre une indifférence, un rejet, voire un mépris clairement affiché. » Force est de constater, selon Isabelle Brunelin, directrice de la Galerie de l'ancienne poste, que peu de choses ont changé depuis ce constat, et que la céramique peine encore à s'affirmer au même titre que les autres médiums sur le marché de l'art contemporain, comme en témoignent les prix encore relativement accessibles. Ni objectif ni exhaustif, voici un aperçu de la diversité des approches de la céramique adoptées par des artistes contemporaines qui ont fait de ce médium un moyen d'expression plastique privilégié. —

Questions à...
ISABELLE BRUNELIN

GALERIE DE
L'ANCIENNE POSTE

Quelle est la situation du marché de la céramique en France ?

Il n'est pas mature. On est encore dans un marché un peu potier, il n'existe pas de second marché.

Une vraie différence perdue entre le marché de la céramique et celui de l'art contemporain.

Cependant, la clientèle évolue, elle est de plus en plus constituée d'amateurs d'art contemporain, qui posent un autre regard sur la céramique et contribuent ainsi à stimuler le marché.

Comment expliquez-vous cette immaturité ? Il y a quelques années, le marché était dominé par des artisans plutôt que des artistes, ce qui a beaucoup pénalisé les artistes céramistes. L'offre de céramique était, et est toujours, pléthorique, mais la qualité exigée par le marché de l'art n'est pas toujours au rendez-vous. Nous ne sommes pas encore complètement sortis de cette situation. Cela fonctionne par étapes : le jour où on raisonnera avec la céramique comme avec les autres médiums, les choses pourront évoluer. Le marché sera mature à partir du moment où il y aura un second marché. Cette situation est-elle spécifique à la France ? On est en retard par rapport aux États-Unis ou au Royaume-Uni, où il y a des courants d'artistes céramistes depuis déjà plusieurs décennies. Les cotes sont très différentes, bien plus élevées qu'en France. Ils ont une longueur d'avance, car ils font la différence entre un marché potier et une offre de vrais artistes. —