

Silvia MARCHESELLI, doctorante à Sorbonne Université en Histoire de l'art médiéval (UMR 8150) sous la direction de Philippe Lorentz

Federica MILANO, doctorante à Sorbonne Université en cotutelle avec Sapienza Università di Roma en Histoire de l'art contemporain (UMR 8150) sous la direction de Valérie Mavridorakis

## **La commande et les conditions de production**

### **Introduction à la journée doctorale**

La dynamique de la commande artistique consiste en un rapport personnel, social et économique qui engage différents acteurs. Artiste et commanditaire participent, de manière plus ou moins active, à la concrétisation d'un projet dont l'œuvre d'art est le fruit. Aux côtés de ces protagonistes peuvent intervenir un nombre variable d'intermédiaires, visibles ou invisibles, issus de milieux très variés. De la même manière, le public de destination peut jouer un rôle décisif dans la définition des lignes directrices qui règlent le processus de commande.

Au vu de ces différentes entités individuelles et collectives qui déterminent les conditions de production de l'objet, il paraît désormais évident que l'étude de la commande est l'une des voies d'accès fondamentales à la compréhension du rapport entre l'art et la société. De plus, la commande étant l'un des moteurs de l'activité créatrice, interroger sa dynamique peut apporter des informations cruciales sur la production de l'œuvre. Son étude contribue donc à une pleine compréhension de l'œuvre et la rend plus accessible.

Si on replace cette dynamique dans son contexte social, on remarque que certains milieux ont favorisé et favorisent toujours l'instauration de conditions de production artistique particulièrement fertiles. Parmi ceux-ci, nous pouvons citer la commande à vocation religieuse, la promotion de l'art de la part des pouvoirs publics séculiers, territoriaux ou étatiques, jusqu'aux accords entre des entités privées, telles que des marchands et des banquiers, ou des connaisseurs et amateurs d'art.

Cet accord, comme toute transaction commerciale, se concrétise par la stipulation d'un contrat qui définit le rapport entre artiste et commanditaire d'un point de vue économique et légal. Si ce contrat peut se limiter uniquement à engager le commanditaire à fournir les conditions économiques nécessaires à la réalisation de l'œuvre, il peut également influencer, voire imposer à l'artistes certains choix iconographiques, techniques et formels. Ainsi, artiste et

commanditaire sont-ils potentiellement engagés à dialoguer à plusieurs reprises, sur une temporalité qui va de la conception jusqu'à la réception de l'œuvre ; c'est-à-dire avant, pendant et après la création.

D'une part, le commanditaire est motivé par un faisceau d'intérêts, qui peuvent aller de l'élan spirituel à la propagande implicite ou explicite, de la commémoration historique, au plaisir tout à fait humain de posséder un bel objet et de faire étalage de sa propre grandeur en montrant son goût dans cet investissement.

D'autre part, l'artiste, lui, voit son statut social évoluer à travers le temps et il acquiert ainsi de la liberté et du pouvoir contractuel au sein des échanges économiques avec le client. À chaque occasion, donc, les conditions de production peuvent être revues, et les équilibres dans le processus décisionnel sont susceptibles d'être renégociées. C'est à ce moment-là que peuvent interférer les tempéraments des deux partis, ayant un poids variable dans la recherche d'un accord et dans la conception du projet.

Si les conditions de production artistique sont souvent liées au pouvoir, tant religieux que politique ou économique, il est néanmoins délicat de décrire l'évolution de la commande artistique comme un déroulement chronologique linéaire. Dans ses recherches sur le rapport entre art et société, Francis Haskell a notamment été confronté à la difficulté de démontrer « l'existence de lois fondamentales et valides en toutes circonstances<sup>1</sup> », qui devraient régler le rapport entre un artiste et son commanditaire. Dans son ouvrage *Mécènes et Peintres. L'art et la société au temps du baroque italien*, l'auteur reconnaît :

« A certains moments, les conditions économiques ou politiques et un certain style m'ont paru étroitement connexes ; à d'autres, j'ai été incapable de rien détecter de plus que la logique interne de l'évolution artistique, le caprice personnel ou les effets du hasard<sup>2</sup> ».

Une systématisation transhistorique du phénomène de la commande apparaît donc comme une voie difficile à parcourir. Même lorsqu'il s'agit d'une période chronologique et d'une zone géographique plus restreintes, cette démarche intellectuelle demeure controversée. C'est ce que fait Frederick Antal dans son ouvrage *Florence et ses peintres : la peinture florentine et son environnement social*, dans lequel il étudie les commandes à la cour des Médicis. En introduisant la notion de classe sociale pour la Renaissance, Antal lit la peinture florentine

comme le témoignage d'un arrière-plan socio-historique. La peinture devient ainsi l'expression des aspirations sociales des commanditaires. Tout en ouvrant de nouvelles perspectives méthodologiques dans la discipline, cette réflexion ne semble pas permettre de restituer fidèlement la multiplicité des rapports entre artistes et commanditaires, ni les nuances de signification que chaque objet peut véhiculer.

Ainsi, la recherche autour des dynamiques de commandes doit-elle tenir compte des limites des différentes approches méthodologiques possibles. D'un côté, le choix de se concentrer sur des cas d'étude particuliers comporte le risque de perdre de vue le contexte économique et social dans lequel ces objets évoluent. De l'autre, réduire les œuvres à des illustrations d'un contexte peut entraîner des généralisations et des raccourcis.

Traversant l'histoire de l'art, le thème de la commande nous paraît donc propice à une réflexion collective qui, nous l'espérons, pourra être fédératrice. En effet, au-delà des particularités propres à chaque contexte historique, cette journée est susceptible de faire ressortir des problématiques constantes liées au processus de commande. Notamment, qu'il s'agisse d'un individu ou d'une communauté, la commande traduit toujours des motivations humaines et des aspirations sociales. De la même manière, les traces matérielles laissées par ces rapports humains entre artiste et commanditaire se retrouvent dans les différentes époques. L'accès aux archives et la recherche des témoignages tels que les contrats, la correspondance ou les reçus, enrichit ainsi notre compréhension des œuvres dans toutes les branches de la discipline. Enfin, ce thème nous donne l'occasion d'échanger avec nos collègues autour de choix méthodologiques, pour savoir si, et comment, ils mobilisent d'autres savoirs afin de traiter la commande dans leurs recherches ; savoirs issus notamment de l'histoire, de l'histoire économique et sociale, de l'historiographie, des études de genre ou autres.

Nous sommes donc ravies d'avoir reçu les propositions des neuf intervenants qui nous permettent aujourd'hui de construire un discours autour de ces questions.

Trois communications aborderont, dans un premier temps, la commande et ses acteurs visibles et invisibles. Il s'agit de trois exemples de construction d'un rapport entre artiste, commanditaire, et intermédiaires, ayant chacun une implication différente dans la réalisation d'une œuvre.

Cet après-midi, la perspective s'ouvrira autour de dynamiques artistiques plus vastes, afin de considérer l'influence exercée sur la commande par des contextes sociaux, économiques et politiques précis et variés.

Enfin, les trois dernières interventions questionneront la « vie posthume » du phénomène, et réfléchiront aux récits historiques, critiques, ou figurés qui se développent autour de ce thème.

L'objectif de cette journée est donc d'interroger comment contexte historique, influences sociales et action individuelle interviennent dans une dynamique de commande artistique et créent les conditions de production des œuvres d'art.

---

<sup>1</sup> HASKELL, 1991, p. 11.

<sup>2</sup> *Ibidem*.

## **BIBLIOGRAPHIE**

### **ANTAL, 1947**

ANTAL Frederick, *Florentine painting and its social background. The bourgeois Republic before Cosimo de' Medici's advent to power : XIV and early XV centuries*, Londres : K. Paul, 1947.

### **CAO, CRAS, TAYLOR, 2019**

CAO Maggie M., CRAS Sophie, and TAYLOR Alex J., « Art and Economics Beyond the Market », *American Art*, vol. 33, n. 3, Fall 2019, p. 20-26.

### **CASTELNUOVO, 1976**

CASTELNUOVO Enrico, « L'histoire sociale de l'art. Un bilan provisoire », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 2-6, 1976, p. 63-75.

### **CRAS, 2018**

CRAS Sophie, *L'économie à l'épreuve de l'art : art et capitalisme dans les années 1960*, Paris : Les Presses du réel ; Centre allemand d'histoire de l'art, 2018.

### **HASKELL, 1991**

HASKELL Francis, *Mécènes et peintres. L'art et la société au temps du baroque italien*, Paris : Gallimard, 1991 (édition d'origine : *Patrons and Painters: a Study in the Relations between Italian Art and Society in the Age of the Baroque*, London : Chatto & Windus, 1963).

### **JOUBERT, 2006**

JOUBERT Fabienne, *L'artiste et le clerc. Commandes artistiques des grands ecclésiastiques à la fin du Moyen Age (XIVe – XVIe siècles)*, Paris : Presses de l'Université Paris-Sorbonne, 2006.

### **JOVANOVIĆ, RENN, 2019**

---

JOVANOVICH Monica, RENN Melissa (dir.), *Corporate Patronage of Art & Architecture in the United States. Late 19th Century to the Present*, New York ; Londres ; Oxford ; New Delhi ; Sydney : Bloomsbury Visual Arts, 2019.

**SCHAPIRO, 1964**

SCHAPIRO Meyer, « On the Relation of the Patron and the Artist : Comments on a Proposed Model for Scientists », *The American Journal of Sociology*, vol. 70, n. 3, 1964, p. 363-369.