

Les galeries face aux artistes

Lawrence Sabbath

Volume 35, numéro 139, juin-été 1990

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/53769ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

La Société La Vie des Arts

ISSN

0042-5435 (imprimé)

1923-3183 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Sabbath, L. (1990). Les galeries face aux artistes. *Vie des arts*, 35(139), 61–63.

LES GALERIES FACE AUX ARTISTES

Après avoir donné le point de vue de certains artistes à l'égard des marchands dans un article paru dans l'édition de juin 1989, No 136, l'auteur décrit l'autre côté de la médaille, le point de vue de certains marchands...

Lawrence Sabbath

A l'occasion d'une série d'entrevues avec sept propriétaires, directeurs de galeries d'art à Montréal, nous avons demandé à ces derniers comment ils concevaient leurs responsabilités envers les artistes qu'ils représentent. Si chacun d'entre eux se reconnaît des obligations spécifiques, tous s'entendent sur un certain nombre de services à rendre, tels que la publicité et la promotion.

Dans l'ensemble, les directeurs de galerie que nous avons rencontrés divergent peu de point de vue sur la nature précise, le sens et les limites de leur engagement envers l'artiste, de même que sur les façons de concrétiser cet engagement.

A propos des questions et préoccupations communes qui définissent les responsabilités des marchands envers leurs artistes, Michel Tétreault, directeur de Michel Tétreault Art Contemporain, galerie qui en est à sa neuvième année d'opération, dit se considérer un peu comme un impresario. «J'essaie, dit-il, de faire comprendre à l'artiste, quel est le rôle du directeur, de souligner qu'il n'est pas seulement un marchand. En retour, j'attends de l'artiste des gestes de confiance, de fidélité et une production..... Qu'il fasse de son mieux et ait confiance dans le système de la galerie.» De son côté, Elca London, directrice de la galerie du même nom, affirme que son rôle est «d'introduire l'artiste sur le marché et de l'aider à déployer ses ailes, de l'informer de ce qui se passe sur la scène mondiale, et de le traiter avec respect et dignité». Selon elle, un marchand doit être à l'écoute des problèmes du créateur. Il doit le présenter aux clients, l'informer des ouver-



Michel Tétreault
(Photo Charlotte Rosshandler)

tures majeures sur le marché de l'art et placer ses œuvres chez des collectionneurs qui peuvent éventuellement faire avancer sa carrière. «Si la galerie ne peut vendre ses œuvres, dit-elle, elle doit lui permettre de quitter sans préjudice.»

L'attitude de Bernard Desroches, grand patron d'une des plus vieilles galeries montréalaises, n'est pas différente de celle de ses collègues. «J'assume la mise en marché du produit d'un peintre, dit-il. Ma première responsabilité est de le guider et de le stimuler pour qu'il s'épanouisse dans son œuvre, de lui assurer un bien-être qui lui permette de créer avec une certaine sérénité. Entre un marchand et un artiste, il doit y avoir une association profonde qui permette à ce dernier de produire de bonnes et de belles choses.»

Avec pignon sur la rue McKay, la Galerie John Daniel œuvre dans le secteur de l'art contemporain depuis cinq ans. Son directeur, John Daniel, est plus catégorique. Il se perçoit comme un intermédiaire, un pont entre le client et l'artiste. «Aider l'artiste à créer, dit-il, trouver un lieu permanent pour son travail et l'aider à faire de l'argent. Je vais le pousser, le motiver si nécessaire. De son côté, il doit respecter mon expérience, mon goût et ma compétence. Si après une deuxième exposition il ne vend pas, il est libre d'aller ailleurs.»

Pour Lorraine Palardy, présidente de l'Association des galeries d'art contemporain de Montréal et directrice de la Galerie Frédéric Palardy, le rôle du marchand consiste à vendre les œuvres de l'artiste au mieux des intérêts des deux parties. «Un artiste, affirme-t-elle, ne doit pas faire reposer toute sa carrière sur le dos de la galerie, et vice versa.

Il y a quelque chose de magique entre la galerie et l'artiste, mais comme dans un mariage, chaque partenaire doit jouir d'une certaine autonomie et d'une certaine liberté.»

Sur le même sujet, l'opinion de Samuel Lallouz (Galerie Samuel Lallouz) est plus poétique. «Mon travail consiste à fournir un décor aux rêves qu'il (l'artiste) me vend. Sa carrière se précise quand il entre dans le système qu'est la galerie, et nous devons le rendre conscient de la façon dont ce système fonctionne.» Jocelyne Aumont (co-directrice Galerie Trois Points): «Mon travail est d'introduire l'artiste sur le marché et d'expliquer sa production aux gens. J'attends de lui qu'il soit correct dans ses relations avec moi et qu'il travaille sérieusement. Je l'aiderai aussi longtemps que je trouverai son travail intéressant.»

Qu'expose-t-on?

Faire le choix des œuvres qui feront partie d'une exposition présente parfois certains problèmes, aussi bien aux marchands qu'aux artistes. Tous ne partagent pas l'opinion de Nam June Paik qui affirme: «Je suis un artiste et tout ce que je fais est une œuvre d'art, donc les directeurs doivent exposer tout ce que je leur apporte.» Du côté des marchands, la position est claire. Ils sont les maîtres à bord. John Daniel soutient que si la réputation du vidéaste Nam June Paik permet à ce dernier de lancer de telles affirmations, sachant par avance que toute sa production sera vendue, il n'en va pas ainsi de tous les artistes dans toutes les galeries. «Je n'interviens pas dans le travail de l'artiste, dit-il, mais je décide si ce qu'il fait convient à ma galerie. Si je dois rejeter certaines pièces, nous en discutons, mais l'artiste doit



Jocelyne Aumont
(Photo Martin Boisseau)

comprendre que ma responsabilité envers mes clients m'impose d'avoir son meilleur travail.»

La majorité des marchands sont explicites sur la question. Pour Elca London, il n'est pas question de lésiner sur la qualité. «Nous refuserons d'exposer un artiste dont nous n'aimons pas le travail. Celui-ci devrait connaître nos goûts et notre type de galerie.» Michel Tétrault apporte toutefois quelques

nuances. «Je n'ai jamais imposé mon choix aux artistes, dit-il, mais je refuserais d'exposer un artiste qui ne me semble pas encore prêt.» Enfin, Bernard Desroches considère que l'artiste doit être «assez mature» pour savoir ce qui peut être vendu dans sa galerie. Il n'est donc nul autre besoin d'intervention de sa part. Samuel Lallouz, quant à lui, donne un autre son de cloche en affirmant qu'il n'intervient jamais dans le choix des œuvres et ne voudrait pas que l'artiste lui demande des conseils sur son art. «Ce n'est pas mon travail, dit-il.»

Question d'argent

A propos de gros sous, les relations entre les artistes et les marchands sont parfois tumultueuses. Les uns considèrent que les autres ne se dévouent pas assez et les autres affirment le contraire. Le système des consignations, avec un pourcentage de commission variant de 40 à 50% sur la vente, est la formule la plus généralement pratiquée. Madame London pratique ce type de consignation, mais dit acheter au moins une œuvre de l'artiste au moment de l'exposition. «Il arrive également, dit-elle, que nous prêtions de l'argent à un artiste. Cela nous incite à promouvoir ses œuvres, ne serait-ce que pour couvrir le prêt, mais il faut

bien comprendre qu'une telle éventualité n'est considérée qu'en cas d'urgence.» Pour sa part, la directrice de la Galerie Palardy affirme: «Je préfère une relation plus indépendante entre l'artiste et la galerie, afin d'éviter que l'un dépende totalement de l'autre et, croyez-moi, ce n'est pas toujours l'artiste qui dépend de son marchand.» John Daniel et Michel Tétrault disent fonctionner principalement selon le système des consignations. Chez eux, personne n'est salarié. «Il m'arrive de dépanner un artiste, dira Michel Tétrault, si je sais pouvoir vendre bientôt une de ses œuvres.»

Placé dans une situation différente de celle de ses collègues, Bernard Desroches dit consentir des avances aux artistes et régler les comptes annuellement. «Je possède 90% de tout ce qui se trouve dans la galerie», dit-il, signifiant ainsi que les consignations ne font que peu partie des politiques de la maison. Samuel Lallouz parle de confiance. Selon lui, «les jeunes artistes ont besoin d'un support en espèces sonnantes et une galerie qui ne possède que des œuvres en consignation est perdante à long terme. Le directeur d'une galerie devrait faire le premier achat.»

Les collectionneurs

A propos des relations avec les collectionneurs, les marchands disent tous tenter de faire le lien entre la production de leurs artistes et l'intérêt et les goûts de la clientèle. Elca London va même jusqu'à se définir comme une agence d'adoption qui «essaie de jumeler l'artiste et le client et de trouver un bon foyer pour les œuvres d'art». En général, le marchand se perçoit comme étant au service des artistes. «Ma première obligation est pour l'artiste, affirme Lorraine Palardy, car c'est avec lui que l'art commence. Ensuite, je pense au collectionneur qui va ou qui ne va pas aimer telle ou telle œuvre. Puis enfin, je pense au mariage entre les deux.» Cette image matrimoniale dans la relation du mar-

chand et de l'artiste revient systématiquement dans la bouche des premiers. Une sorte de contrat moral fondé sur le respect mutuel doit intervenir entre les deux parties, autrement, la collaboration à plus long terme se trouve compromise. C'est ainsi que, parallèlement aux affaires, des marchands entretiennent des relations d'amitié avec les artistes qu'ils représentent, tandis que d'autres s'en abstiennent. Lorraine Palardy avoue que même si, sur ce chapitre, ses illusions se sont évanouies, elle n'en reste pas moins aussi passionnément impliquée qu'auparavant. Elle estime qu'une certaine réserve doit présider aux fréquentations sociales. «Il est important de respecter notre autonomie réciproque, confie-t-elle.» Chez Elca London, la plupart des artistes ont été invités à la maison, tandis que pour Jocelyne Aumont, il n'est pas nécessaire de fréquenter les artistes pour s'intéresser à leur œuvre. «Je n'ai pas besoin d'être nécessairement amie avec l'artiste pour aimer son travail.» ■

Lorraine B. Palardy
(Photo Michel Dubreuil)