

CONTRAT POUR LA PRESERVATION DES DROITS DE L'ARTISTE SUR TOUTE ŒUVRE CEDEE

Le contrat qui suit a été établi par Bob Projansky*, juriste new-yorkais, après de longues discussions et une correspondance abondante diligentée par Seth Siegelau, avec plus de 500 artistes, marchands, juristes, collectionneurs, responsables de musées, critiques et autres personnes concernées s'intéressant de près ou de loin à l'évolution du monde de l'art.

Ce contrat a pour objet de remédier aux inégalités généralement reconnues qui existent dans le monde de l'art, plus particulièrement en ce qui concerne l'absence de contrôle de l'artiste sur l'utilisation qui est faite de son travail et la participation de l'artiste au profit éventuel que l'acquéreur peut tirer de l'œuvre acquise.

Ce contrat a été rédigé en tenant compte des pratiques courantes et des réalités économiques régissant le monde de l'art (sachant que tout s'y traite en privé, en espèces et sans formalités), considérant les intérêts et motifs des parties concernées.

Il est souhaité que ce contrat devienne le cadre standard utilisé pour toute cession d'œuvre d'art contemporain; c'est pourquoi il a été conçu aussi clair, simple et pratique que possible. Il peut être utilisé tel qu'il est ou modifié selon les circonstances particulières.

Si les explications qui suivent ne répondent pas à toutes les questions, il est évidemment loisible à chacun de consulter son conseil.

* Le contrat a, bien entendu, été refondu et adapté afin de correspondre aux normes juridiques françaises.

OBJET DU CONTRAT

Le contrat a pour objet d'accorder à l'artiste :

- 15 % sur la plus-value enregistrée à l'occasion de chaque nouvelle cession de l'œuvre.
- un rapport lui permettant de connaître le propriétaire de l'œuvre à tout moment.
- le droit d'être averti de tout projet d'exposition de l'œuvre afin que l'artiste puisse donner ou refuser son accord au projet (voir Article 7(b)).
- le droit d'emprunter l'œuvre pour des expositions pour une durée de deux mois tous les cinq ans (sans causer de frais au propriétaire).
- le droit d'être consulté au cas où des réparations seraient nécessaires.

Première page du contrat établi par Bob Projanski et Seth Siegelau.

monde. Là, c'est un point très positif. Bien sûr, il ne résout pas la question du produit, puisqu'il est fait pour être utilisé par n'importe quel artiste. Le jour où n'importe quel artiste l'utilisera, peut-être y aura-t-il un changement dans le marché de l'art, mais il n'y aura en tout cas pas immédiatement un changement au niveau du produit artistique.

P.K. — Quelle utilité, quel pouvoir représentent le produit fabriqué par l'artiste ? Finalement, ce produit est absolument superflu, quelque chose qui s'ajoute à toute l'activité d'une société. Il ne représente pas une force économique. Tout cela est très fragile et si on s'attaque aux institutions des marchands et des musées, si on donne des coups de pied aux collectionneurs, évidemment, qu'est-ce qu'il en reste ? Quel pouvoir a réellement

l'artiste ? Il n'a aucun moyen de pression. Si les marchands et les collectionneurs refusent ce contrat-là, on le déchire et puis c'est tout. A ce moment-là, je me demande si ne se pose pas la question de l'utilité de la création artistique.

M.C. — Le contrat, c'est un travail de longue haleine. Ce n'est pas dans les six mois qu'il va être utilisé. Aux Etats-Unis, il y a à peu près dix artistes qui l'utilisent. Peut-être que dans trois ans, il y en aura trois mille.

P.K. — Ça ne va pas comme ça ! A mon avis, il faut une action coordonnée, immédiate et totale de tous les artistes, parce que si un artiste commence, c'est tout à fait inefficace : on cessera de lui acheter des choses, parce que c'est un artiste intransigeant. On ira chez le voisin.

M.C. — A l'origine, Siegelau avait l'intention de créer une espèce de syndicat mondial des artistes. Autant que je puisse le savoir, il a abandonné cette idée parce qu'il était à priori contre toute espèce d'organisation rigide. Finalement, il en est resté à ce contrat. Il existe à l'heure actuelle un autre projet, de fondation d'une « International Artist's Guild », organisation qui centraliserait mondialement

les transferts d'œuvres d'art, et qui aurait également pour but de défendre les droits des artistes à travers le monde. Mais on s'éloigne de plus en plus du problème de l'art dans la société, dans la mesure où il s'agit de l'artiste se défendant vis-à-vis de son public, de ses acheteurs. Pour le moment, ce débat est déjà important, puisqu'il permet à chacun de dire ce qu'il pense du contrat et qu'en disant ce qu'il pense du contrat il finit par dire ce qu'il considère comme étant sa position à l'égard de son produit et celle de ce dernier par rapport à la société.

P.K. — Il faut changer l'esprit de l'artiste et l'intégrer davantage dans une action sociale concertée avec la société dans laquelle il vit et qui devrait le rémunérer à un prix honnête pour son travail. Là, ce serait un peu le contraire de ce qui se passe dans le contrat qui est basé sur la spéculation. Le contrat entérine en quelque sorte la situation de l'artiste. Son produit devient un produit spéculatif.

arTitudes. — L'artiste devient son propre spéculateur !

P.K. — Il est même pourri. On essaie de l'acheter avec ce contrat-là.

G.F. — C'est une manière détournée de le mettre mieux en rapport avec le système marchand, mais je suis d'accord avec Laura qui ajoute : « Oui, mais ce contrat gêne. » Il gêne les peintres, les collectionneurs et les marchands. Dans la mesure où il gêne, il est progressiste.

M.C. — Il est réformiste. La seule valeur du contrat est au niveau du droit de présenter le travail et de le reproduire.

Ca. — Dans tout cela, la question de l'art n'est pas posée, et c'est la question essentielle.

P.K. — En effet, il faut se demander si ce que nous faisons n'est pas un art pour une certaine classe, celle que concerne ce contrat, c'est-à-dire les acheteurs, les gens aisés. On a l'impression d'être dans un champ clos où il y a un mot de passe. C'est un cercle complètement fermé dont on connaît le code. Les masses sociales ont des préoccupations complètement différentes de celles que nous pouvons avoir.

Ca. — Les ouvriers ont parfaitement raison de ne pas s'intéresser à l'art. Ils n'en ont rien à faire.

M.C. — Cela me semble être une évidence et dépend de l'art dont on parle. Disons qu'en ce moment nous sommes en train de parler de l'avant-garde. Cette avant-garde, elle est faite pour un public déterminé. Le produit s'en ressent, c'est-à-dire qu'il est fait en fonction du public qu'il a. La question est de savoir si ce public mérite qu'on s'y intéresse, étant entendu que les cinq cents ou trois mille personnes qui le composent deviendront d'ici cinq ou dix ans une majorité, parce que l'avant-garde a pour destinée de devenir l'art de demain. C'est en cela que l'avant-garde est dangereuse et qu'elle est un problème important. En attendant, la complicité de l'artiste avec le système tel qu'il existe continue elle aussi d'exister.

G.F. — C'est clair et ce n'est pas moi qui l'ai dit : l'art d'une époque ou d'une société donnée n'est que (ou la plupart du temps) l'art de la classe dominante : parfois c'est le peuple, parfois c'est la bourgeoisie, parfois c'est la féodalité.

P.K. — Quand même, l'artiste d'avant-garde se distingue des artistes de Montmartre par sa façon de mettre en question la situation de son propre sort, mais je ne pense pas que l'artiste de Montmartre puisse mettre en question la société dans laquelle il vit. Il défend farouchement ses droits d'artiste, mais c'est justement ça que nous avons dépassé.

G.F. — Ils se prennent pour des créateurs ; ils se battent comme des chiens quand le voisin les copie.

M.C. — Ce n'est pas la même chose dans ton milieu ?

P.K. — C'est la même chose, mais ça se passe d'une façon beaucoup plus vicieuse.

G.F. — Quand on pose au départ que personne ici ne se considère comme les artistes de Montmartre, ce n'est pas vrai ; je ne suis pas d'accord.

M.C. — Néanmoins, vous avez un public qui est différent. Or le public conditionne le produit.

Ca. — S'il est fait en fonction du public.

P.K. — Le public ne conditionne pas le produit, car alors ce serait vraiment réduire l'artiste à un pur spéculateur sur une opinion régnante. Je n'y crois pas du tout. Il y a quand même eu des artistes qui se fichaient pas mal de l'opinion publique.

M.C. — C'est même les « grands artistes ».

P.K. — C'est même les plus grands.

G.F. — Mais le travail de création, et quelque part de subversion, est occulté par la classe au pouvoir. Très vite, ça devient l'auréole, l'académie.

P.K. — C'est le propre même du culte du génie de la société bourgeoise dans laquelle nous nous trouvons. C'est contre ça qu'on peut lutter. Il faut réduire la créativité à un produit qui se fait quotidiennement et qui, prosaïquement, est pris pour tel. Les choses doivent s'intégrer complètement à la vie. Il faut que l'ouvrier de chez Renault approche ces produits-là d'une façon entièrement différente. Il a des complexes terrifiants devant cette production qu'il ne comprend pas, qu'on ne lui a pas fait comprendre, qu'on l'a empêché de saisir. C'est ça qu'il faut combattre et je crois que le rôle de l'artiste conscient est de faire qu'il existe une diffusion plus totale, plus globale, de son travail au niveau de la télévision, de la presse, de la politique d'exposition dans les musées, etc. Je crois qu'il y a là un travail à faire. C'est ça qui est important.

Ca. — L'artiste d'avant-garde et celui de la place du Tertre ne font qu'une marchandise, un objet qui doit se vendre. Le circuit commercial de Montmartre est différent du circuit commercial de l'avant-garde, mais c'est la même chose, c'est-à-dire que l'artiste qui se trouve dans l'avant-garde doit faire tout un cirque, passer par certains endroits, exposer dans certains lieux pour arriver à vendre. Cette notion d'avant-garde, il faudrait, au fond, la supprimer. L'artiste soi-disant d'avant-garde et celui de la place du Tertre s'inscrivent dans une notion très traditionnelle. Ni l'un ni l'autre ne pose la question de l'art dans son travail.

G.F. — Pose-là !

Ca. — Il faudrait en débattre peut-être. Ce n'est pas à moi de la poser, je la pose dans mon travail. Mais c'est là où le contrat de Siegelau prête à confusion. Il n'envisage l'art que sous son aspect de marchandise. Or l'unique justification de l'œuvre d'art est dans la mesure où elle pose la question de l'art.

M.C. — Ici, on parle du produit.

Ca. — Justement, le fait de parler simplement du produit en tant que marchandise, c'est jouer sur une certaine confusion.

arTitudes. — Alors, ici, la question qui se pose est la suivante : est-ce que l'art est utile ou n'est-ce qu'une manière de vivre comme une autre ?

M.C. — Je ne crois pas que ce soit la question. L'utilité de l'art est évidente, puisqu'il y a un public pour l'acheter. La nécessité de l'art est plus ambiguë. Maintenant, la néces-

écriture



Gérard Fromanger : « Fleury-Villandry ou la nouvelle société dans la France éternelle », huile sur toile 200 x 150 cm, novembre 1971 (photo N. Perron).

sité de la question de l'art devrait être évidente.

Ca. — Ni la nécessité ni l'utilité de l'art ne sont des questions exactes, parce que que l'art est. C'est ça la question.

M.C. — Le choix de l'artiste est de répondre à la question de savoir ce qu'est l'art. C'est justement là le début de l'erreur. La question se vend sous forme de réponse. Le collectionneur a son problème à lui. C'est pour cela qu'il préfère x ou y en dehors des autres circonstances qui font que celui-là est plus à la mode que celui-ci, mais nous sommes toujours dans les fantasmes de l'un par rapport aux fantasmes de l'autre.

P.K. — Il y a identification entre l'artiste et le collectionneur. Bon, mais cela me semble très vaseux et je n'y crois pas beaucoup. Il y a très peu de gens purs à ce niveau-là. L'art d'avant-garde s'adresse à un public extrêmement averti sur les données du marché, sur les données de l'histoire même. Je ne crois pas à un spectateur nouveau-né.

M.C. — Néanmoins, il est prouvé que ce public de l'avant-garde se permet des phénomènes de rejet. En d'autres termes, il existe en tout état de cause des produits qui sont

rejetés quand bien même ils seraient achetés. Cela tendrait à prouver que même à l'intérieur de cette petite mafia qui est celle de l'avant-garde comprenant les artistes, les marchands, les critiques et les collectionneurs, ces gens-là ne sont pas prêts à accepter n'importe quoi. Ils sont même prêts à révéler d'une façon assez violente leur tempérament répressif et sectaire, et dans l'année 1971, il y en a eu pas mal d'exemples : Biennale de Paris, Guggenheim, etc.

G.F. — Pour suivre ce que tu dis, la notion que l'art et la politique sont mêlés prend jour depuis quelques années.

M.C. — Oui, dans ce milieu de l'avant-garde, les choses se révèlent et, pour en revenir au contrat, les choses se révèlent aussi, mais d'une façon beaucoup plus mineure. Par certains côtés, l'artiste, quel que soit mon peu d'intérêt à son sort, a à y gagner aussi : malgré tout, il fait quelque chose et il n'y a pas de raison qu'il se fasse avoir plus qu'un autre. Avec ce contrat, il se fait moins posséder au niveau de l'exposition et de la reproduction, car au niveau des 15 %, c'est autre chose. Ceci dit, bien sûr, cela ne change rien à l'inconscience et à la complicité de l'artiste par rapport au produit qu'il montre.