

Intermédiaires du travail artistique. À la frontière de l'art et du commerce



Wenceslas LIZE, Delphine NAUDIER et Olivier ROUEFF
collection “ Questions de culture ”
ISBN 978-2-11-128142-4
12 € – diffusion : La Documentation française



L'ouvrage présente les résultats d'une étude inscrite au programme “Économie de la culture” du département, réalisée par trois sociologues chargés de recherche, sous la direction du DEPS, et consacrée à ces travailleurs culturels de l'ombre que sont les **agents artistiques, managers, directeurs de castings, agents de photographes, acheteurs d'art...**, qui sont régulièrement l'objet de tensions et polémiques, à l'instar des agents littéraires dans le milieu de l'édition.

1. Une activité d'appariement de l'offre et de la demande

Les intermédiaires interviennent sur le marché du travail artistique pour **mettre en relation, de façon individualisée, des artistes et leurs employeurs ou financeurs, et pour négocier les termes de cette relation** de travail salarié (montants des rémunérations), ainsi que les différents droits patrimoniaux tirés de l'exploitation commerciale des œuvres. Selon les cas, **les intermédiaires peuvent être soit mandatés par des artistes** pour qu'ils représentent leurs intérêts auprès d'employeurs, soit, à l'inverse, **par des employeurs**, pour qu'ils les représentent dans la recherche d'artistes.

Les intermédiaires agissent sur des marchés fonctionnant essentiellement selon une **organisation par projets**, ce qui situe leur activité d'abord sur le court terme, en particulier pour ceux qui sont mandatés par des employeurs/financeurs. Lorsqu'ils sont au service des artistes en revanche, c'est la **construction de la notoriété qui est visée, par la répétition de projets**.

La première tâche des intermédiaires est la **prospection et le placement ou recrutement des artistes** qui s'ensuit. La capacité à intervenir le plus en amont possible de la mise en œuvre des projets est aujourd'hui déterminante. La négociation et l'établissement des contrats, le *coaching* des artistes puis la promotion des œuvres réalisées relèvent ensuite du périmètre d'action des intermédiaires.

La posture et le mode d'intervention des intermédiaires sur le marché du travail diffèrent selon qu'ils représentent les artistes ou les employeurs ; les intermédiaires situés du côté des artistes sont les plus nombreux. Une **typologie inédite** articulant les différentes postures des intermédiaires étudiés est proposée.

2. Une intervention qui contribue à structurer le marché du travail artistique

L'activité des intermédiaires du travail artistique consiste à **contribuer à l'accumulation du capital symbolique des artistes dont ils ont la charge, pour favoriser la traduction de cette notoriété en biens économiques.** Collecter et organiser l'information, la produire, négocier le contenu du travail et son prix et surveiller la bonne exécution du contrat contribuent à imposer les intermédiaires comme un passage obligé du marché. Ainsi, ils sont aussi constructeurs de réseaux, et leur intervention **favorise les professionnalisation des mondes de l'art, l'intégration des normes juridiques des différentes profession artistiques et des logiques économiques.**

L'ambiguïté de l'action de l'intermédiaire sur le marché singulier du travail artistique, que l'ouvrage met en lumière, tient à la **tension qui caractérise sa fonction** : il opère la **mise en équation de la valeur artistique en valeur marchande**. La combinaison des doubles intérêts économiques et artistiques doit tendre vers l'objectif de production et de diffusion d'une œuvre.

Des entretiens et des portraits d'intermédiaires – directeurs de castings, manager de musiques actuelles et agent de talent musical – illustrent les différentes postures d'intermédiaires, mettent en évidence les codes propres à chaque champ artistique, les différences générationnelles dans l'exercice de la profession d'intermédiaire et l'évolution des métiers vers une plus grande *managérisation* des carrières.