

## Un marché à conquérir

Claudette Hould

Volume 22, numéro 90, printemps 1978

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/54841ac>

[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

Hould, C. (1978). Un marché à conquérir. *Vie des arts*, 22(90), 46–49.

# Un marché à conquérir

Claudette Hould

1. Robert SAVOIE  
*Tadoussac*, 1966.  
Eau-forte.  
Montréal, Coll. de la Banque  
Provinciale.

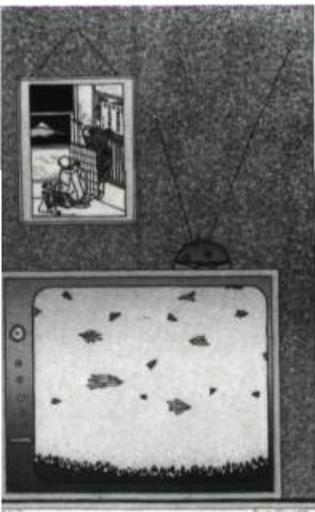
2. Pierre-Léon TETREULT  
*Ce soir les beaux dimanches*,  
1976.  
(Phot. Gabor Szilasi)



1. Les textes de loi sur cette question entretiennent l'ambiguïté. Voici ce qu'entend par *estampe originale* le décret de l'administration française du 10 juin 1967: «Gravures, estampes et lithographies, tirées en nombre limité directement de planches entièrement exécutées à la main par l'artiste, quelle que soit la matière employée.» Le Print Council, équivalent américain du Comité national de la gravure française, définit ainsi la gravure originale: «1° L'artiste seul a créé l'image-maîtresse, dans ou sur la planche, pierre, bois, ou autre matière, dans l'intention de faire une estampe; 2° L'estampe est fabriquée à partir de ladite matière par l'artiste ou selon ses directives;



3. Charles DAUVELIN  
*La Cité*, 1977.  
(Phot. Jean-Pierre Beaudin)



4. Michel BOURGUIGNON  
*Alpha*, 1971-1976.  
(Phot. Gabor Szilasi)



Depuis que l'invention de la photographie a provoqué le mouvement de la gravure originale (entre 1839 et la fondation de la Société des Aquafortistes, en 1862), tous les efforts des producteurs et des marchands d'estampe ont visé à faire hausser la valeur marchande des estampes de façon à concurrencer le dessin. Pourtant, la notion même d'estampe originale repose sur une contradiction: l'estampe, par son origine et son principe, est à la fois œuvre et produit. Et comme elle demeure un ensemble de procédés de reproduction, ce produit peut être multiplié selon le bon vouloir des agents de production (artistes, imprimeurs, éditeurs) en tant d'épreuves *originales*. Dès lors, se posent les problèmes des collaborateurs, des tirages, des techniques, qui rendent bien théorique la frontière entre l'estampe originale et l'estampe de reproduction<sup>1</sup>.

En effet, comment déterminer une limite à l'aide de l'artisan-imprimeur ou le technicien peut apporter

à l'artiste dans la réalisation de son œuvre? Comment soutenir qu'une estampe tirée à vingt exemplaires possède une réelle supériorité sur une estampe tirée à cent exemplaires, quand on sait que la limitation des tirages est utilisée à des fins lucratives — ceci dit sans faire de procès d'intention aux graveurs qui ne veulent que conserver son caractère artisanal à l'impression ou aux éditeurs qui ne font que tenir compte d'une demande restreinte. Par contre, comment justifier une subtilité commerciale qui avoue un tirage sur papier Arches sans préciser qu'il en existe un autre sur Japon, ou qu'un tirage a été fait antérieurement ou dans d'autres couleurs? Comment admettre, en lithographie (procédé d'impression et non de gravure), la pratique si courante du report sans réduire l'originalité à une question de papier?

Le mythe de l'estampe originale est entretenu par les commerçants et exploité par une publicité souvent frauduleuse et par une série de subterfuges. Combien existe-t-il d'acheteurs pour accepter la surenchère d'un tirage limité, pour croire que la *bonne épreuve* est la première, ou qu'une épreuve d'artiste — théoriquement hors commerce — possède une plus grande valeur commerciale? Combien se laissent encore bernier par une signature au bas d'une *lithographie* tirée à l'offset — encore qu'on tende maintenant à reconnaître à ce procédé mécanique le statut d'estampe d'art?

Au Québec<sup>2</sup>, la tendance serait de mettre en valeur le travail manuel de l'artiste sans toutefois situer l'originalité dans la réalisation technique, autrement dit, le graveur qui utilise les techniques de façon originale, comme un outil de création, fait œuvre originale. Mais il n'en reste pas moins qu'en gravure, conception originale et techniques de reproduction se complètent sans jamais s'exclure totalement et que la notion d'originalité est condamnée à demeurer confuse.

Cette confusion n'explique pas la stagnation du marché québécois. Bien que nous fassions partie des dix meilleurs producteurs d'estampes au monde, force est bien de constater qu'il n'existe pas encore un véritable marché, ni un milieu actif de la gravure. Plus que toute autre expression artistique, la gravure devrait, par son principe même et la modicité de son coût, pénétrer dans tous les milieux grâce à une diffusion planifiée. Tant que nous vivons dans le contexte d'une économie capitaliste il faudra composer avec ce paradoxe que la démocratisation de l'art vivant, grâce à la gravure, ne se réalisera pas en dehors des règles d'une telle économie. Les éditeurs et les diffuseurs ne sont pas unanimes à propos des possibilités du marché: très grandes pour un optimiste comme Michel Bourguignon, elles apparaissent restreintes et risquées financièrement pour les autres.

Rares sont les galeries qui jouent un rôle de diffusion et d'information. Pendant longtemps, seule la Galerie 1640 — disparue aujourd'hui — offrait exclusivement des gravures à ses clients; plus récemment, des galeries plus jeunes n'ont pu survivre. Quant aux galeries de peinture, elles offrent bien un *coin gravure*, mais les profits réalisés grâce à la vente des gravures ne les ont jamais fait vivre, ni les graveurs d'ailleurs. Tous se plaignent d'une situation qui les oblige non seulement à organiser leur propre diffusion mais à exercer un autre métier ou à se disperser dans l'enseignement. Donc, à l'exception de quelques éditeurs isolés et de la Guilde Graphique, qui s'est justement donné la diffusion de la gravure comme fonction principale, il semble que les ateliers et les éditeurs se montrent peu soucieux de la mise en marché. Pourtant,

<sup>30</sup> L'estampe terminée est approuvée par l'artiste. Cité par Michel Meloa, *Les Frontières de l'originalité et les problèmes de l'estampe contemporaine*, in *Revue de l'Art*, No 21 (1975), p. 114.

<sup>2</sup> La définition du mot gravure, dans le texte de la *Loi sur le droit d'auteur, Statuts révisés du Canada 1970*, Ottawa, Imprimeur de la Reine, 1970, p. 1277, permet toutes les interprétations. Jacques Boncompain, dans *Le Droit d'auteur au Canada*, Montréal, Le Cercle du Livre de France, 1971, p. 61-62 et 141, ne donne aucune définition de l'estampe originale et ignore complètement les problèmes discutés ici, implicites dans les textes français et américains cités plus haut.

comme tout produit de consommation, la gravure pourrait être diffusée par des techniques modernes de mise en marché. Par manque de temps — les graveurs rognent sur leurs heures de production pour s'occuper de diffusion — par manque de personnel spécialisé, rompu aux méthodes de mise en marché, la gravure reste méconnue, les collectionneurs n'achètent pas ou, victimes du mythe de l'avant-garde internationale, achètent ailleurs des images européennes ou américaines.

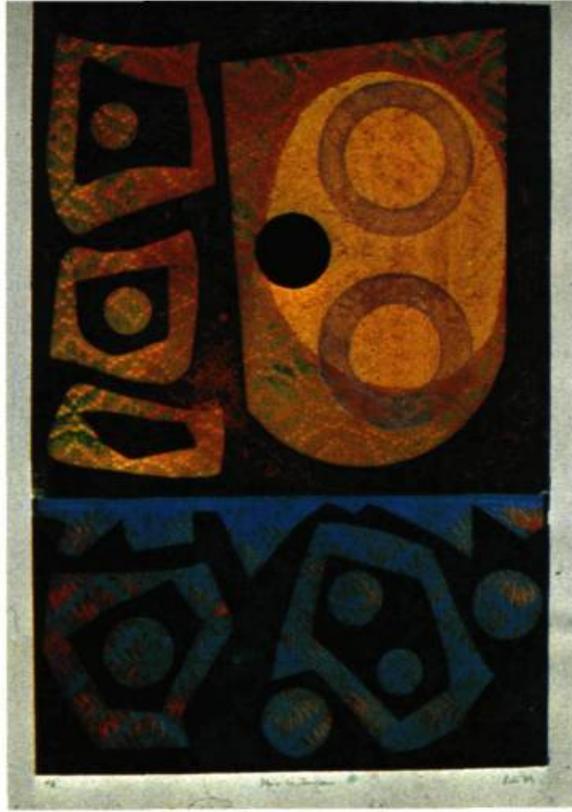
Un produit mixte de l'édition d'art, qui associe texte et estampe, gagne du terrain sur le marché international. Une exposition d'éditions d'art à la Bibliothèque Nationale à Paris, durant l'été 1977, présentait une importante section d'ouvrages québécois. Les ouvrages publiés aux Éditions Erta, en 1949, furent suivis par ceux des Éditions Richard Lacroix qui ont publié une trentaine d'albums en dix ans, par ceux des Éditions Art Global qui ont remplacé Art 2000, en 1974, par les Éditions Bourguignon et par Sagitta, la dernière-née des maisons d'édition québécoise. Certains graveurs — je pense en particulier à André Bergeron — collaborent avec des grandes maisons d'édition comme Fides pour illustrer par des estampes des ouvrages littéraires.

Ici encore, subsistent certaines ambiguïtés concernant le contenu, la forme et la destination (la clientèle et l'usage qu'elle fait des gravures) de ces textes-gravures devenus *objets*: un texte d'auteur reconnu, sinon célèbre, est illustré par un ou plusieurs graveurs; en général, les planches ne sont pas reliées, c'est-à-dire qu'elles se présentent en album ou en portefeuille, souvent sous un emboîtement plus ou moins luxueux allant du simple entoilage aux matières les plus chères comme la soie peinte ou le cuir. Certains emboîtages appartiennent à d'autres arts, comme la céramique ou la sculpture, s'ornent de bijoux ou s'accompagnent de sculptures.

Les éditeurs d'albums de gravures sont presque unanimes à reconnaître l'intérêt des collectionneurs pour ce marché; ils précisent même que plusieurs éditions sont épuisées avant même leur parution (spécifiquement qu'actuellement un album tiré à soixante exemplaires se vend entre \$450 et \$700). Ces objets de collection, objets de luxe accessibles au petit nombre, paraissent être en contradiction avec la vocation de démocratisation attribué à la gravure par les diffuseurs québécois; d'autre part, la destination des estampes acquises en album demeure inconnue et varie selon que l'album entre en possession d'un collectionneur ou d'un bibliophile. À part les quelques étudiants à qui certains éditeurs acceptent de vendre par mensualité, il y a peu de chance que ces gravures atteignent une autre clientèle que l'habituelle bourgeoisie des professions libérales pour qui ces acquisitions sont une source d'investissement plus abordable que les peintures ou les sculptures et une bonne source d'objets décoratifs pour ses demeures aussi bien que ses bureaux d'affaires.

L'initiative de quelques connaisseurs stimule la diffusion de la gravure et contribue à la mieux faire connaître. Par exemple, les collectionneurs du Club *Les Amis de la Gravure* se sont vu offrir huit estampes originales depuis 1972, tirées d'éditions réservées ou commandées spécialement pour eux.

De grandes entreprises pensent de plus en plus à la gravure pour la décoration des bureaux. Ainsi, des gravures québécoises ornent les chambres des hôtels Méridien et du Canadien Pacifique, à Mirabel, et de Téléglobe, à Montréal.



5

La Banque Provinciale du Canada, désireuse de contribuer au développement de la gravure canadienne, a formé, depuis 1971, une collection d'œuvres d'art constituée exclusivement de gravures. Ces acquisitions sont choisies par un comité de spécialistes choisi en dehors du personnel de la banque. Grâce à une quinzaine d'expositions, dont la plus récente fut présentée à la Bibliothèque de la Ville de Montréal, en décembre et en janvier derniers, 400 œuvres (incluant dix albums) par 115 artistes ont été montrées dans des musées, des centres culturels et des collèges du Québec. Il est important de noter que des épreuves supplémentaires des gravures choisies pour la collection sont acquises pour le Service des immeubles qui en décore ses quelque 300 succursales au Québec, en Ontario et dans les provinces de l'Atlantique, faisant ainsi connaître la gravure à son personnel et à sa clientèle.

Dans le prolongement de cette collection, la Banque Provinciale a institué un *Hommage à un graveur québécois*, hommage particulier rendu à un graveur réputé qui se verra offrir une bourse de \$2000 et une commande d'une édition de gravures. En 1976, le choix s'est porté sur Robert Savoie. A même l'édition commandée à l'artiste, la banque en retiendra quelques exemplaires pour sa collection permanente, en confiera quelques autres au Service des immeubles pour la décoration de ses succursales, tandis que d'autres pourront être offerts à des musées, à des galeries ou à des institutions.

De telles interventions seraient à la portée de nombreuses sociétés commerciales, en particulier de celles dont les actions sont réparties dans le grand public.

Reste aux diffuseurs à faire connaître la gravure à l'ensemble de la population par des dépliants peu coûteux comme ceux qui sont distribués gratuitement par la Guilde Graphique ou par des publications comme les livrets illustrés accompagnés de diapositives publiés jadis par Formart et si utiles pour l'enseignement. Reste au gouvernement à distribuer son aide, non plus d'une manière ponctuelle, parcimonieuse et arbitraire, à court terme, mais en établissant un plan général, à long terme.

5. Gaston PETIT  
*Ibis, le Jongleur*, 1972.  
Estampe tirée sur papier japonais.  
Coll. Les Amis de la Gravure.

6. René DEROUIN  
*Gravelière*, 1977.  
Gravure sur bois.

