



World Library and Information Congress: 69th IFLA General Conference and Council

1-9 August 2003, Berlin

Code Number: 046-F
Meeting: 106. Art Libraries
Simultaneous Interpretation: -

Marche de l'art et accès numérique a l'information dans les Bibliothèques d'Art Espagnoles : l'exemple de Madrid et de Barcelone

Alicia García Medina

Biblioteca Instituto del Patrimonio Histórico Español
Madrid, Spain

Teresa Coso

Biblioteca General de Arte del Museo Nacional de Arte de Cataluña
Barcelona, Spain

Le marché de l'art est l'un des facteurs essentiels du développement, de l'évolution et de la diffusion des œuvres d'art. Les ventes aux enchères sont des moteurs de l'expansion de cette activité commerciale. J'ai présenté l'histoire de ces ventes et leur évolution principalement dans les centres les plus actifs qu'étaient Barcelone et Madrid, lors d'une intervention prononcée dans le cadre des huitièmes journées des Bibliothèques d'art d'Espagne et du Portugal (Coimbra, 1999) sous le titre "Information et documentation hors les murs des bibliothèques d'art – catalogues de ventes : coopération et services".

La collecte, le catalogage et la récupération de l'informations contenue dans les catalogues de ventes sont actuellement organisés en réseau. Dans cette intervention, nous allons exposer les méthodes suivies dans nos bibliothèques pour collecter, décrire et indexer cette information, dans le cadre de la plus stricte normalisation pour rendre possible tant la consultation que l'échange d'information.

INTRODUCTION

Le commerce est l'une des activités les plus anciennes de nos civilisations et on a toujours constaté un intérêt pour l'acquisition d'œuvres d'art et la formation de collections. La forme des ventes d'œuvres d'art est variable : la vente par les galeries, formule qui s'est particulièrement développée à partir du début du XXème siècle, les acquisitions effectuées

directement dans l'atelier de l'artiste, comme ce fut le cas par exemple pour Rembrandt, dont la maison était une véritable galerie d'exposition, et enfin les ventes aux enchères. On trouve les premières mentions de la tenue de ventes dans les *Histoires* d'Hérodote, qui décrit les ventes réalisées chaque année par les femmes de Nubie à Babylone. Chez les Romains ce type de commerce d'œuvre d'art était très populaire, du fait que dans la majorité des cas les objets provenaient du butin de guerre. Les soldats exposaient les objets sous les javelots (*hasta*) pour les vendre. Cette coutume romaine a fait que dans nombre de langues des pays de l'Europe méditerranéenne le mot *subasta* conserve ses origines latines et la même forme, de telle sorte qu'en Italie on dit "asta", au Portugal "hasta" et en Espagne on a gardé le terme latin à l'identique, "subasta".

Le marché des œuvres d'art en Espagne a connu suivant les époques, un développement plus ou moins important. Il ne faut pas oublier qu'une partie des œuvres conservées aujourd'hui dans nos musées provient des acquisitions réalisées par nos rois et nos grandes familles qui achetaient les œuvres lors des ventes organisées après le décès de leurs propriétaires.

De nos jours, du fait de l'instabilité des valeurs boursières, les investisseurs recherchent des domaines dans lesquels se reconvertir, et se tournent vers les biens immobiliers et les biens mobiliers, parmi lesquels figurent les œuvres d'art. Nous pouvons constater ce phénomène avec le développement constant des galeries d'art, des maisons de ventes aux enchères et des foires internationales. Tout cela est également favorisé par le développement du commerce électronique via Internet.

CARACTERISTIQUE DE L' INFORMATION CONTENUE DANS LES CATALOGUES DE VENTES

Ces catalogues ont des caractéristiques propres, qui les distinguent complètement d'autres catalogues, par exemple ceux qui sont édités par les galeries d'art. L'information qu'ils contiennent est variée et diffère selon les maisons de vente et les objets. On peut y trouver :

- une description sommaire des œuvres se limitant à mentionner l'auteur (presque toujours avec les dates de naissance et de mort), le titre de l'œuvre et les dimensions.
- une description mentionnant des éléments relatifs à l'école et à l'artiste avec quelques informations biographiques.
- une étude exhaustive de l'œuvre avec développement sur la vie de l'artiste et signalement des expositions où l'œuvre a été présentée, certificat de l'artiste, d'un familier ou d'un expert.
- dans quelques cas, et uniquement si l'œuvre présente une importance particulière, on édite une petite brochure sur l'œuvre, dans laquelle l'information comporte une brève étude de l'artiste comme de l'œuvre.
- Tous les catalogues comportent un index des artistes.
- Toutes les œuvres sont accompagnées d'un prix minimum de vente. Dans quelques cas apparaît également le prix maximum qui serait nécessaire pour acheter l'œuvre.
- Dans les catalogues de ventes, les images jouent un rôle important. Aujourd'hui, à la différence des catalogues publiés avant les années 1980, ils incluent des reproductions couleur des œuvres proposées à la vente, bien qu'il puisse y avoir des exceptions dues au fait que le vendeur ne souhaite pas assumer les coûts que suppose l'insertion d'une image dans le catalogue.

DES CATALOGUES PUBLIES SUR DIFFERENTS SUPPORTS

Les maisons de ventes les plus anciennes, qui disposent d'espaces où exposer les objets à vendre, publient un catalogue papier et un catalogue numérique. Les ventes virtuelles des maisons de ventes virtuelles publient seulement des catalogues numériques que nous pouvons trouver en recherchant sur Internet.

Si nous analysons les catalogues virtuels publiés par les maisons de ventes qui n'ont pas choisi une pleine intégration des ventes via Internet, nous constatons une différence évidente entre ces catalogues virtuels :

- soit le catalogue virtuel est édité comme le catalogue papier et les deux versions coïncident totalement.
- soit l'impression papier est un abrégé du catalogue virtuel complet.

ACCESSIBILITE DES CATALOGUES

CATALOGUES MANUELS

Les catalogues de ventes ont toujours représenté, depuis qu'ils existent, un matériel très complexe et difficile d'accès. Il suffit de rappeler les ventes dont nous trouvons la trace dans les archives pour lesquelles on se limite à une description sommaire des objets et au prix, accompagnée d'autres documents notariés.

Divers facteurs rendent difficile le rassemblement d'une collection importante de ces publications, nous distinguerons notamment :

- Le fait qu'il s'agisse d'un matériel éphémère. Une fois la vente passée, le catalogue ne présente plus d'utilité pour le public qu'il vise, les informations qu'il contient n'ayant de valeur que jusqu'à la tenue de la vente.
- Le tirage est peu élevé, du fait qu'il s'adresse spécifiquement aux clients de la maison de vente et a un public spécialisé, somme toute réduit.
- Le coût élevé de ces publications si l'on désire s'y abonner, pour autant que ce soit possible. Dans certains cas, il n'y a pas d'abonnement et la diffusion ne se fait qu'aux clients fidèles ou potentiels de la maison de vente.
- La difficulté pour trouver ces catalogues dans les librairies, car les abonnements et la vente ne se font qu'auprès de la maison de vente même.
- La difficulté pour trouver des catalogues en bon état d'occasion. Bien souvent, lorsqu'on les trouve ils sont abîmés et incomplets.

CATALOGUES VIRTUELS

Ce type de catalogue est désormais plus accessible sur Internet, ce qui en accentue le caractère éphémère, car les maisons de vente n'offrent en ligne que les catalogues des ventes à venir, ne maintenant qu'une liste des résultats des ventes passées.

Les informations proposées sont variables, suivant les cas :

- Ils présentent toutes les œuvres à adjuger mais sans index des noms, la navigation est donc séquentielle. Ils donnent accès aux informations des deux dernières ventes www.consejodearte.com
- Ils apportent des informations sur les ventes à venir mais pas sur les ventes passées et il offre la possibilité d'imprimer l'intégralité du catalogue www.subastacastellana.com
- Ils éditent le catalogue complet mais sans référence aux ventes précédentes même s'il y a des index www.artefinfo.es et également www.ansorena.com

- Un regroupement de maisons de ventes peut partager une même page. Elle donne une information complète sur les objets à vendre et il existe une liste sommaire des objets qui n'ont pas été adjugés lors des ventes antérieures, si bien qu'il faut imprimer ou conserver les catalogues antérieurs www.afinsa-auctions.com et www.articuarion.com
Nous ne citons pas les catalogues virtuels existant sur le Net et qui sont de nature très variée.

DESCRIPTION BIBLIOGRAPHIQUE DES CATALOGUES DE VENTES

LES CATALOGUES IMPRIMES

Etant donnée l'importance des informations contenues dans ces catalogues, nous pensons qu'il est nécessaire de les décrire et de les indexer sous la forme la plus exhaustive possible. Il faut toujours utiliser les normes ISBD, et utiliser la version nationale du format MARC pour l'informatisation des notices.

Ces catalogues, à la différence des catalogues de musées, peuvent être catalogués comme des séries puisque, indépendamment de leur contenu, ils se distinguent par le numéro qui identifie la vente.

S'ils sont catalogués comme des collections, on peut les trouver tous regroupés sous une même notice ; il s'agit là d'un traitement qui a le mérite de la rapidité mais fait perdre d'importantes informations. Dans des bibliothèques comme celle de l'Instituto del Patrimonico Historico Español ou la Biblioteca General de Arte del Museo Nacional d'Arte de Catalunya, nous avons choisi un catalogage pièce à pièce, en considérant la publication comme une monographie, avec pour chapeau le nom de la maison de vente. Le titre doit faire apparaître le numéro de la vente, information qui peut être répétée dans le champ T. 440.

Pour les catalogues existant sous forme numérique, il est important de renseigner le champ MARC T. 856 afin de créer un lien entre la notice et la page web correspondant à la vente.

Pour ce qui concerne la cotation intellectuelle et l'indexation, on ne dispose cependant pas d'une indexation exhaustive des artistes et des œuvres qui passent en vente comme c'est le cas pour les catalogues d'expositions collectives : nous réfléchissons donc à la possibilité d'indexer dans le champ T 600 l'auteur et le titre de l'œuvre.

LES CATALOGUES VIRTUELS

Etant donné des caractéristiques des catalogues virtuels que nous avons mises en évidence, nous nous efforçons chaque fois que cela est possible d'obtenir une copie papier. Pour le catalogage, nous appliquons les mêmes règles que pour les catalogues imprimés, même si nous sommes bien conscients que la pérennité du support n'est pas égale à celles du papier : il est bien connu que l'encre d'imprimante se détériore davantage que l'encre d'imprimerie. L'archivage de ces catalogues sur support numérique se fait actuellement suivant leur structure propre et il est pratiquement impossible de le réaliser sur support digital.

CONCLUSIONS

L'importance des informations contenues dans ces catalogues en fait un matériel demandé par des utilisateurs très variés, par conséquent :

- Il est indispensable de traiter avec attention ce type de matériel bien souvent négligé ou oublié et sans conteste de grande importance parce qu'il permet la connaissance et le suivi de l'histoire des œuvres d'art.

- Il existe actuellement davantage de catalogue imprimés que de catalogues numériques ; quand ceux-ci existent, ils n'ont pas la pérennité des catalogues imprimés et l'information qu'ils comprennent est moins complète.
- Il faut appliquer les mêmes règles de catalogage à ces publications, quel que soit leur support.
- Dans un futur proche, nous pensons que l'archivage sera entièrement numérique : récupérer l'information par la navigation qu'autorise le champ 858 favorise à chaque fois la transformation de nos bibliothèques de dépôts en carrefours de communication.