Gradhiva

Revue d'anthropologie et d'histoire des arts

30 | 2019
Précieux

Le caractère marchand du fétiche et son secret. L'art de profiler les objets chez les antiquaires ouest-africains

*The Commercial Aspect of the Fetish and Its Secret. The art of profiling objects
among West African antique dealers*

Julien Bondaz

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/gradhiva/4381>

DOI : 10.4000/gradhiva.4381

ISSN : 1760-849X

Éditeur

Musée du quai Branly Jacques Chirac

Édition imprimée

Date de publication : 4 décembre 2019

Pagination : 70-91

ISBN : 978-2-35744-113-2

ISSN : 0764-8928

Référence électronique

Julien Bondaz, « Le caractère marchand du fétiche et son secret. L'art de profiler les objets chez les antiquaires ouest-africains », *Gradhiva* [En ligne], 30 | 2019, mis en ligne le 31 mars 2021, consulté le 01 avril 2021. URL : <http://journals.openedition.org/gradhiva/4381> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/gradhiva.4381>

Le caractère
marchand
du fétiche
et son secret.
*L'art de profiler
les objets chez
les antiquaires
ouest-africains.*

Mots clefs:
art africain, marché de l'art,
antiquaires, fétiche,
marchandise, Karl Marx,
Afrique de l'Ouest

Julien
Bondaz

Cet article propose d'analyser le travail des antiquaires ouest-africains, intermédiaires centraux du marché de l'art africain, en s'intéressant à la transformation conjointe d'objets magico-rituels en marchandises et en œuvres d'art. Il décrit les usages que les antiquaires ouest-africains font de la notion de «fétiche», autour de laquelle se jouent deux stratégies apparemment contradictoires de dépréciation et d'appréciation de ces objets paradoxaux. En fonction du contexte et de leurs interlocuteurs, les antiquaires insistent sur la distinction entre la sphère magico-rituelle et le marché de l'art ou, au contraire, sur les affinités entre leurs compétences et celles des «féticheurs», et au-delà entre la marchandise et le «fétiche» (affinités déjà soulignées par Karl Marx). L'entrée des «fétiches» dans le marché de l'art permet ainsi de mieux comprendre la production de leur valeur, qui relève d'un jeu sur leur triple potentialité: celle de fonctionner à la fois comme des objets magico-rituels, des marchandises et des œuvres d'art.

1. Intitulé «Rapport sur la restitution du patrimoine culturel africain. Vers une nouvelle éthique relationnelle», ce texte a été publié sous le titre «Restituer le patrimoine africain» (Sarr et Savoy 2018).

2. «Hélène Leloup: "Les restitutions d'œuvres annoncées ne doivent pas être détournées de leur sens"», *Le Point*, 19 novembre 2018.

3. Il y a des exceptions notables, tel Raoul Lehuard, qui écrivait en 1980: «La plupart des gens ignorent que, de nos jours, le marché de l'art nègre est entre les mains des Africains. Ils sont les inventeurs et les premiers intermédiaires. Les acheteurs occidentaux sont au premier chef des marchands antiquaires et des collectionneurs. Cependant, de plus en plus, les Africains s'installent en payant patente en Europe et en Amérique et occupent peu à peu les trois premiers échelons de ce marché qu'ils approvisionnent grâce à leurs filières particulièrement efficaces.» (Lehuard 1980: 12)

4. Une telle distinction fait donc implicitement apparaître, opposée à l'idée de préciosité, celle de futilité, dans les mêmes termes finalement que ceux des échanges marchands du xvii^e siècle, qui virent émerger la notion de «fétiche», à propos de la surestimation de la valeur des pacotilles (Pietz 2005: 70-71).

Released from the specificity of use and purpose, the fetishized object can be valued, seemingly, on its own terms. The materially useful object thus becomes the immaterially precious subject.

(Freinkel 2005: 115)

Les débats concernant la restitution des biens culturels africains et les polémiques ayant suivi la remise du rapport Sarr-Savoy commandé par le président de la République française à ce sujet¹ ont eu pour intérêt, entre autres, de pointer le rôle central des antiquaires africains dans la mise en place du marché de l'art africain. Hélène Leloup, fameuse marchande d'art parisienne, expliquait par exemple, dans une tribune particulièrement critique:

Dire que ces biens furent «pillés» ou sous-entendre qu'ils furent «mal acquis», c'est d'abord ignorer l'existence de ces marchands africains et de ce marché déjà connu des musées européens. C'est aussi avoir une vision condescendante en insinuant que les Africains ne pouvaient apprécier la valeur de leur patrimoine².

L'argument prend certes l'apparence d'un syllogisme: il ne saurait être question de pillage si des acteurs africains ont eux-mêmes participé à l'entreprise de marchandisation des statues et des masques négociés dans les galeries et les ventes aux enchères européennes ou états-uniennes. Il a cependant pour mérite de mettre en lumière le rôle et les compétences de ces acteurs, jusqu'alors trop souvent considérés comme subalternes et occultés par les marchands occidentaux (Steiner 1994: 9; Forni et Steiner 2015: 24)³. Le raisonnement

porte ici sur le travail d'appréciation des antiquaires africains, c'est-à-dire sur leur capacité à distinguer entre des biens qui seraient précieux, et à ce titre inaliénables, et d'autres qui le seraient moins ou ne le seraient pas⁴. Un tel argument présuppose que les objets sont dotés d'une valeur intrinsèque, universellement estimable, sinon mesurable. Ce postulat revient certes à reconnaître les compétences des antiquaires africains et à les présenter comme les égaux de leurs homologues occidentaux – dans une stratégie de cautionnement moral des activités des seconds. Mais il conduit à masquer le fait que la préciosité des œuvres d'art (et des objets en général) est produite par un ensemble d'interactions et de médiations, activant des registres de valeur variés et parfois concurrents (Heinich *et al.* 2014), et qu'elle n'est donc pas un donné de l'expérience immédiate, susceptible de faire l'objet d'une révélation ou d'une adoration. Cette séparation des objets de leur contexte interactionnel était précisément ce qui signalait, selon Karl Marx, la rencontre entre le fétiche et la marchandise:

C'est le propre du monde contemporain de ne proposer que des objets séparés [...] et de les faire adorer comme tels. Pour Marx au contraire, rien n'était séparé, tout était interaction. Ce retour de totalité est suspect aux yeux des diviseurs: ils excellent dans l'art de faire des vitrines.

(Pinchard 2014: 119)

Vue d'artefacts ethnographiques, carte postale publicitaire au nom de Gustav Umlauff, Hambourg, s.d. British Museum, Oc, B138.11AN543995001 © The Trustees of the British Museum.

Galerie «African Arts Center», Bamako (Mali), janvier 2013, photographie Julien Bondaz.

5. Bien que les études soient encore rares à ce sujet, il existe de nombreux collectionneurs locaux, qui s'approvisionnent auprès de leurs compatriotes antiquaires (Ogbechie 2012; Bondaz 2015a). Il n'est donc pas pertinent de focaliser ici l'attention sur les seuls collectionneurs occidentaux.

6. Le succès de cette idée est d'ailleurs important dans l'analyse du marché de l'art contemporain, qu'il s'agisse par exemple de la «marchandisation des fétiches» de l'art contemporain africain (Amselle 2015) ou de la présentation du 798, haut lieu de l'art contemporain à Pékin, comme «temple de l'ordre marchand et de ses fétiches» (Abélès 2011: 226).

7. La proposition d'Appadurai (1986) revient à analyser la suite des requalifications que subissent les objets, ce qui empêche de penser le fait qu'ils puissent donner lieu à différentes qualifications de façon non pas successive mais simultanée. Pour des points de vue critiques sur cette proposition, voir par exemple: Steiner 2001; Callon 2009: 267.

Cette séparation des objets, présentée par Bruno Pinchard comme un «art de faire des vitrines», semble à première vue le fondement même de l'activité des antiquaires africains.

Cependant, parmi les objets que ces derniers commercialisent, principalement des masques et des statues, un certain nombre sont présentés (par l'ensemble des acteurs du marché) comme ayant été ou comme étant potentiellement – nuance qui est loin d'être un détail – chargés d'une force ambivalente, d'un pouvoir magico-rituel, d'une «âme». Ces objets sont ordinairement nommés «fétiches» par les antiquaires eux-mêmes, bien qu'ils connaissent souvent leurs noms vernaculaires. Le recours à la notion de «fétiche» est un bon moyen de communiquer à destination des clients qu'ils recherchent prioritairement: les antiquaires occidentaux et les collectionneurs⁵. Le fait qu'une telle notion soit utilisée sur place, dans les parlers français d'Afrique de l'Ouest, ne constitue cependant pas une raison suffisante pour que les historiens de l'art et les ethnologues continuent également à l'employer, du moins sans précaution épistémologique. Historiquement et culturellement construite dans le contexte des contacts coloniaux, révélatrice de rapports de domination et d'une vision souvent évolutionniste des religions africaines, elle reste entachée d'exotisme et de primitivisme et sa pertinence scientifique fait depuis longtemps débat (Tobia-Chadeisson 2000). L'expression d'«objet fort», proposée par plusieurs auteurs (Colley 1985 et 2004; Bazin 1986; McNaughton 1988), pourrait la remplacer. Elle est exceptionnellement utilisée par les antiquaires eux-mêmes et se retrouve alors porteuse d'une certaine ambiguïté, désignant soit la charge visuelle et émotionnelle de l'œuvre, soit le pouvoir magico-rituel de l'objet, ou plutôt les deux à la fois. Un antiquaire

dakarois m'expliquait, à propos d'un collectionneur sénégalais ayant ouvert un musée privé: «Il peut garder les objets les plus forts pour sa maison et mettre les objets les moins forts dans son musée.» Pour autant, le rôle qu'a joué la notion de «fétiche» dans la constitution du marché de l'art africain et son succès continu, et plus encore sa mobilisation dans les transactions marchandes entre les antiquaires et leurs clients, méritent de retenir l'attention. Faire l'ethnographie du travail des antiquaires ouest-africains oblige en effet à interroger les appropriations et réappropriations, sur la longue durée, d'une telle notion, son actualisation marchande et sa pertinence transactionnelle.

Une telle ethnographie conduit également à interroger la capacité qu'ont certaines choses de fonctionner à la fois comme des fétiches et des marchandises⁶. C'est sur cette conjonction que doit porter le questionnement, davantage que sur l'attribution de capacités distinctes aux choses concernées – raison pour laquelle il faut en finir avec la vision parfois simplificatrice de la biographie sociale des objets, quand elle tend à se réduire à une approche linéaire des requalifications qu'ils subissent⁷. L'entreprise de requalification de ces objets paradoxaux que sont les «fétiches» (Colley 2010), présentée comme une activité centrale chez les antiquaires ouest-africains, consiste à les valoriser au moins de trois manières, économiquement, culturellement et artistiquement. Le «principe d'hétérogénéité» des fétiches ne concerne donc pas seulement leurs aspects matériels ou formels (Coquet 1987), mais aussi les registres de valeur dans lesquels ils sont susceptibles d'être placés ou profilés. Ils se retrouvent dotés d'un statut éminemment ambivalent, à la fois parce que ces processus de marchandisation, de valorisation culturelle et d'artification (Heinich et Schapiro 2012) sont très largement imbriqués

et parce qu'ils demeurent en partie inachevés. Faire le commerce de ces objets et les rendre précieux aux yeux des collectionneurs ne se réduit pas à les transférer de la sphère rituelle à la sphère marchande : il s'agit au contraire d'entretenir « la multiplicité ontologique des biens » afin de profiler leurs qualités marchandes de la manière la plus adéquate (Callon 2009). Le travail de valuation des « fétiches » revient alors à apprécier ou à déprécier les différents profils de ces choses paradoxales, de ces condensés de valeurs, et donc à évaluer les registres ou les cadres concurrents dans lesquels ils sont inscrits. Apprécier ici s'entend donc dans le double sens d'estimer le juste prix des marchandises et de rendre précieux des objets qui ne le sont pas ou d'accroître la préciosité de ceux qui le sont déjà.

Une telle approche axiologique du travail des antiquaires ouest-africains oblige à dépasser deux critiques souvent formulées à leur encontre. La première consisterait à opposer valeurs culturelles, artistiques et marchandes, à postuler leur incompatibilité ou leur exclusivité. Nombre d'acteurs sur le terrain ont (comme certains chercheurs du reste) une approche catégorielle de la valeur des objets et établissent des hiérarchies entre les différents registres de valeur ou régimes de valuation en présence, tel cet agent du patrimoine malien qui m'expliquait, à propos des antiquaires de son pays : « Ils pensent que les objets n'ont pas de valeur, qu'ils peuvent tout vendre. Pour eux, il n'y a que la valeur marchande. La valeur culturelle ne compte pas. » Cette approche ne peut évidemment être partagée par l'ethnologue : elle reviendrait à redoubler le travail de valorisation (en accordant plus ou moins de valeur à tel ou tel régime de valuation) au lieu de le complexifier, en montrant tant la diversité des logiques à l'œuvre que leur imbrication.

La seconde critique s'exprime à travers des accusations de tromperie sur la valeur des objets, qui prennent l'apparence soit d'une expertise de la qualité de l'objet (suspecté d'être un « faux », en général une copie artificiellement vieillie), soit d'un jugement sur la moralité de l'antiquaire (accusé de malhonnêteté). L'un des responsables d'un musée ouest-africain m'expliquait par exemple que les antiquaires « font tout pour faire croire que leurs objets n'ont pas de valeur [lorsqu'il s'agit de les expertiser pour autoriser leur sortie du territoire] et quand ils sortent du musée, ils ont toute la valeur du monde ». Ces accusations de tromperie sur la marchandise déplacent la question de la valeur de l'expertise des objets vers le jugement moral porté sur le métier de marchand d'art en général ou sur la manière particulière de travailler de tel ou tel antiquaire, la dépréciation de leur activité se trouvant parfois renforcée par des rumeurs de corruption, d'accointance avec des politiciens ou des diplomates. Elles permettent certes de comprendre dans quels rapports sociaux s'inscrivent les antiquaires, à quels styles d'interactions sociales ils participent, mais ce n'est pas le rôle de l'ethnologue de porter sur leur profession un jugement moral, ni de révéler les ruses de leur métier⁸. Situer le secret du caractère marchand du fétiche dans les compétences de profilage des antiquaires revient en effet à déplacer l'attention

de la genèse ou de la provenance des objets et de la carrière des marchands vers les affinités entre la marchandise et le fétiche, entre la figure de l'antiquaire et celle du « féticheur ». Ce sont ces transactions culturelles plutôt que marchandes, ces stratégies de condensation de valeurs et non de conversion, qui permettent de comprendre le double jeu de dépréciation et d'appréciation des « fétiches » par les antiquaires ouest-africains⁹.

LE SACRE DU « FÉTICHE »

Le travail des antiquaires ouest-africains vise notamment à requalifier en marchandises, en biens culturels et en œuvres d'art des « fétiches », considérés comme ayant une charge visuelle à laquelle personne ne saurait rester insensible. Avec eux, nous avons affaire à des objets à chaque fois singuliers, mais réputés provoquer des émotions de façon universelle, un tel paradoxe étant central dans l'attachement des collectionneurs d'art « primitif » aux objets magico-rituels (Derlon et Jeudy-Ballini 2008). Pour ce qui concerne les antiquaires, la question se pose en partie différemment : ils doivent présenter les « fétiches » comme des objets universellement appropriables tout en donnant des garanties sur leur origine géographique et culturelle. La notion de « fétiche » fournit alors un vocable ayant une pertinence pour l'ensemble de l'humanité :

Finalement, le terme fétiche ne serait pas si mauvais, à deux réserves près : il intéresse l'humanité entière et non une classe particulière d'êtres humains, et ne concerne pas le rapport d'un individu à un objet ou à un être-objet, mais celui des hommes entre eux.

(Colley 2004 : 62)

Le succès presque global du fétiche (ses propriétés globales) ne suffit cependant pas à absoudre les antiquaires de tout travail de valorisation culturelle. L'entreprise de marchandisation des fétiches en quoi consiste, pour une part significative, le métier d'antiquaire en Afrique de l'Ouest, évoque alors la notion de « fétichisme de la marchandise », utilisée par Marx pour pointer ses « propriétés occultes », c'est-à-dire le travail de naturalisation de la valeur de la marchandise, au détriment des propriétés relationnelles de l'objet : l'occultation des conditions de production des objets fait apparaître la valeur comme leur caractère naturel ou comme leur propriété intrinsèque. L'analogie tissée par Marx entre la transformation d'images mentales en entités invisibles et celle des produits du travail en marchandises est fameuse et a largement été commentée (Marx 1975 [1867] : 85). Elle permet de traduire dans les termes d'une anthropologie du religieux la marchandisation des objets et de pointer ce qu'il considère comme le secret du capitalisme : l'autonomisation des marchandises repose à la fois sur l'occultation des rapports sociaux de production et sur l'apparition d'une autre

⁸. C'est du moins la position éthique que je défends en même temps que l'engagement pris auprès de mes interlocuteurs et interlocutrices (sans un tel engagement, nul doute que l'enquête aurait connu des entraves plus importantes que celles déjà rencontrées). L'anonymisation et la confidentialisation des données qu'ils m'ont fournies s'inscrivent dans la même logique. Le choix de fournir quelques informations (nationalité, âge, etc.) au sujet de mes interlocuteurs plutôt que de recourir à des noms fictifs permet d'éviter les biais liés au sens sociologique dont ces derniers seraient inévitablement dotés. Des informations supplémentaires concernant les conditions d'enquête feront l'objet de notes de bas de page au cours de l'article.

⁹. Les données présentées ici ont pour l'essentiel été collectées à l'occasion de quatre enquêtes, au Burkina Faso (octobre-novembre 2012), au Sénégal (mars-avril 2013), au Mali (janvier 2014), et de nouveau au Sénégal (février-mars 2014). Consacrées aux collectionneurs privés d'art africain, les deux premières, financées par le Laboratoire d'excellence (Labex) TransfertS (École normale supérieure de Paris), m'ont permis de rencontrer et d'interroger plusieurs antiquaires. Les deux dernières, en partie financées par le Laboratoire d'excellence Création, Arts et Patrimoines (Labex CAP, Paris I – Panthéon-Sorbonne), étaient pour leur part spécifiquement dédiées aux marchands d'art africain. Des missions de recherche plus récentes au Mali, au Sénégal et au Burkina Faso, dédiées à d'autres recherches, m'ont permis de compléter et d'actualiser ces données. De nombreuses personnes ont favorisé ces enquêtes. Mes remerciements vont notamment à Franck Pacere et Alassane Waongo (Ouagadougou), à Diakaridia Diarra (Bamako) et à « Moustique » (Dakar), ainsi qu'à l'ensemble des antiquaires ayant échangé avec moi au sujet de leur métier et m'ayant permis d'observer leurs pratiques.

forme de la valeur. Le fétichisme de la marchandise est « un mode d'apparition à l'envers » (Godelier 1970 : 205).

La conjonction historique du développement du capitalisme et de la découverte des objets magico-rituels africains a largement été soulignée. William Pietz a notamment montré que le mot « fétiche » trouvait son origine dans les contacts marchands entre navigateurs portugais et populations du golfe de Guinée, aux ^{xv}^e et ^{xvi}^e siècles, de telle sorte que « la notion de fétiche est indissociable de la valeur sociale des objets, du moins tels qu'ils sont révélés au moment des transferts » (Pietz 2005 : 11-12). Charles Ratton lui-même, l'un des plus grands marchands français d'art africain, n'a-t-il pas souligné cette équivalence entre les fétiches et les matières précieuses, dans un article titré « L'or fétiche » ? « Ce n'est point, là, boutade de quelque économiste, mais c'est le terme même qu'ont employé les marins commerçants », écrivait-il pour justifier le choix du titre, en faisant implicitement référence à la théorie du « fétichisme de la marchandise » (Ratton 1951 : 136). De nombreuses études ethnographiques ont depuis révélé les affinités qui se sont tissées jusqu'à nos jours entre efficacité rituelle et pouvoir de l'argent. La monnaie n'est pas seulement la forme équivalente des marchandises, permettant de faire circuler des objets d'une personne à une autre. Elle peut aussi servir à transférer une grande variété de pouvoirs magico-religieux, aussi bien dans le cadre du culte des ancêtres, par exemple lorsque les travailleurs migrants yombe transféraient le pouvoir de leurs ancêtres sur des pièces de monnaie pour l'emporter avec eux (Bond 1987 : 60), que dans celui des prophétismes, comme lorsque des pièces de monnaie étaient trempées dans l'eau miraculeuse du prophète Moussa, pour servir à l'achat de la nourriture consommée avant la destruction rituelle des objets de culte (Royer 1999 : 353). Le succès, sur le marché de l'art, des objets utilisés comme monnaies avant l'introduction de l'argent dans les sociétés d'Afrique subsaharienne soulève lui-même la question de la conversion de monnaies en fétiches ou de la production d'une « méta-monnaie » (Meincke 2014).

On a cependant moins insisté sur l'autre pan de cette histoire, à commencer par la transformation ancienne, dès l'époque moderne, de fétiches en *curios* et en marchandises, et sur la conjonction plus récente entre l'émergence du marché de l'art africain et la diffusion de l'économie capitaliste en Afrique subsaharienne, susceptible d'éclairer la question de l'anonymisation et de la naturalisation des œuvres en termes économiques et non plus seulement dans une perspective politique et épistémologique. Non seulement les caractères fétiche de la marchandise et marchand du fétiche ont été inventés concomitamment, mais la commercialisation des *curios* (par les brocanteurs et les vendeurs de « curiosités » de la seconde moitié du ^{xix}^e siècle) puis le développement du marché de l'art africain ont participé à populariser et à globaliser le terme de « fétiche ». Ce dernier a fourni un point de rencontre entre le marché comme lieu de fixation de la valeur et la collection comme forme d'attachement aux choses :

Les objets eux-mêmes, déshabillés de leur valeur d'usage et revêtus d'une valeur d'échange, deviennent des marchandises fétiches, à la fois dans le sens marxiste de l'expression et dans celui de la relation fétichiste que leur propriétaire entretient avec eux.

(MacClancy 1988 : 174)

Marx a néanmoins évacué le marché de l'art de son analyse de la marchandise, au prétexte que les « travaux artistiques » seraient d'une « nature spéciale » (Marx 1960 [1867] : 143) – ce qui revient d'ailleurs à naturaliser les propriétés des œuvres d'art, c'est-à-dire à les fétichiser à la manière des marchandises. Pierre Bourdieu a précisé plus tard cette spécificité : le marché de l'art, dans la mesure où il fonctionne sur la dénégation du caractère marchand des œuvres d'art, « appartient à la classe des pratiques où survit la logique de l'économie précapitaliste » (Bourdieu 1977 : 4). Marx et Bourdieu pensaient, évidemment, à la statuaire et à la peinture occidentales et non aux « fétiches » africains. Or, une différence essentielle entre les unes et les autres oblige à penser le marché de l'art « primitif » (du moins pour ce qui nous intéresse ici) sous l'angle tant du fétichisme de la marchandise que du « capital de consécration » qui caractérise le marché de l'art selon Bourdieu (*ibid.* : 4-5). En effet, si les sculptures ou les tableaux produits par des artistes occidentaux sont des œuvres d'art avant d'être des marchandises, les « fétiches » sont simultanément requalifiés en œuvres d'art et en marchandises. Ce que Bourdieu nommait le « pouvoir de consacrer » n'est donc pas conféré aux antiquaires au sein du champ artistique, mais dans le transfert des objets de la sphère rituelle à la sphère artistique : leur « capital de consécration » vient de leur capacité à requalifier des « fétiches » (et plus largement des masques et des statues) en œuvres d'art, tout en occultant leur qualification marchande, en passant sous silence les aspects marchands des transactions dont ils font le récit (Steiner 2001). L'entrée de tels objets sur le « marché des valeurs esthétiques » (Moulin 1967 : 489) n'implique donc pas les mêmes stratégies de valorisation et d'autonomisation. Comme l'a récemment noté Yaëlle Biro :

C'est par les nombreuses relocalisations des objets africains – par exemple le passage de nombreux objets des vendeurs d'ethnographica des villes portuaires d'Europe aux étagères des galeries privées des capitales artistiques – qu'opéra l'un des éléments constitutifs du commerce des arts de l'Afrique : la galerie commerciale comme espace de transformation artificielle d'objets, perçus jusqu'alors comme de simples curiosités ou documents ethnographiques, en œuvres d'art.

(Biro 2018 : 13)

L'émergence de ce marché de l'art africain a en particulier conduit à l'appropriation, par les Européens, de trois formes spécifiques de « fétiches » : les « fétiches

Albert Cintract, Fétiches vengeurs avec clous et avec clous, miroir et gris-gris, 1880-1910, Congo, Loango. Musée du quai Branly – Jacques-Chirac, PV0063487.

10. On discute ici le principe énoncé par Nathalie Heinich selon lequel «le paradigme religieux est sans pertinence concernant la question des valeurs» (Heinich 2017: 15). Sur le plan de la réception de l'art africain, Nanette Jacomijn Snoep a noté que «le "fétiche" du Bas-Congo est [...] devenu le paradigme de la façon dont l'Occident au XIX^e siècle a approché la production plastique africaine» (Snoep 2005: 239).

11. Mame Woury Thioubou, «Le musée des Civilisations gratuit pour un mois: Toumāi en attraction», *Le Quotidien*, 4 janvier 2019.

12. Les données présentées dans les deux dernières parties de cet article sont pour l'essentiel issues d'entretiens semi-directifs et de conversations informelles avec les antiquaires. Au Mali et au Burkina Faso, j'ai d'abord été introduit auprès d'eux par des professionnels du patrimoine, avant que ma familiarisation avec certains d'entre eux ne participe à légitimer les visites que je rendais à leurs confrères. Au Sénégal, c'est un antiquaire qui m'a directement introduit auprès de ses pairs. Dès les premières rencontres, j'explicitais le sujet de mon enquête. L'enjeu était déontologique: je refusais de collecter les récits des antiquaires en me faisant passer pour un client (même si, à leurs yeux, je suis sans doute souvent resté un client potentiel...).

13. Dans de nombreuses langues vernaculaires, le terme utilisé pour désigner le détenteur d'objets magico-rituels peut se traduire aussi bien par «maître» que par «propriétaire». Par exemple, en bamanankan, le *bolitigi* est le maître et propriétaire (*tigi*) d'un ou de plusieurs *boliv*. Dans le français d'Afrique, ces termes sont habituellement traduits par «féticheur».

à clous» ou *nkisi* de la région du Bas-Congo, dès le XIX^e siècle (MacGaffey 1991 ; Snoep 2005), les *boliv* bambara à partir des années 1930, en France surtout, suite à la mission Dakar-Djibouti (Colley 2009) et les objets utilisés dans le *voodoo*, en particulier les *legba* (Augé 1988), à partir du milieu du XX^e siècle. Les premiers notamment sont réputés compter «parmi les objets d'art les plus précieux de nos musées ethnologiques» (Thiel 2008: 694). Ces formes visuelles, rencontrant un grand succès sur le marché de l'art, ont contribué à définir des archétypes de «fétiches» parmi une variété bien plus grande de mises en image de gestes rituels. Recherchés par les collectionneurs, ces objets ont vu leur valeur marchande augmenter, en même temps que des sculpteurs se spécialisaient dans leur production pour les destiner à la vente, en inventant des techniques permettant de figurer, artificiellement, des traces d'usages rituels (une patine sacrificielle notamment). Ce triptyque de «fétiches» (*nkisi*, *boli*, *legba*) a, dans le même temps, attiré des regards analytiques toujours plus nombreux, de sorte qu'ils figurent en bonne place aussi bien dans les collections publiques et privées que dans les travaux des ethnologues ou des historiens de l'art, voire dans les essais des philosophes et des psychanalystes. Ils invitent à réfléchir plus largement à la transformation d'objets rituels en marchandises, en biens culturels et en œuvres d'art. Pour ce qui concerne la question des valeurs de l'art africain, ils permettent de mettre à l'épreuve la pertinence du paradigme du fétiche, non pas sur le plan de la réception occidentale des arts africains, mais sur celui de la valorisation des œuvres¹⁰. Analyser la production de la valeur des fétiches par les antiquaires ouest-africains revient ainsi à interroger, en arrière-plan, les affinités des fétiches et des œuvres d'art, depuis la notion d'«objet-personne» proposée par Nathalie Heinich (1993) pour rassembler dans un même régime les reliques, les fétiches et les œuvres d'art (et l'on peut penser ici aux reliquaires kota longtemps classés dans la catégorie des «fétiches») à la réflexion d'Alfred Gell (1998) sur l'*agency* des objets d'art, qui trouve son argument central dans l'analyse d'un *nkisi*, en passant par le très beau texte de Jean Bazin, «Des clous dans la *Joconde*» (1996).

Mais il ne s'agit pas ici de se limiter à une «histoire occidentale des arts de l'Afrique» (Biro 2018: 9). La marchandisation des fétiches fournit également un modèle plus large pour penser le commerce de l'art africain et son organisation, en Afrique de l'Ouest, à partir de la fin de l'époque coloniale. Dès la fin des années 1940, plusieurs marchands ouest-africains se spécialisent dans le commerce des masques et des statues: alors que leur marchandisation constituait jusque-là une activité annexe de certains commerçants, plusieurs d'entre eux (tels les Maliens Amadou Sylla et Gouro Sow) en font leur principale activité, devenant les premiers antiquaires ouest-africains professionnels. En lien étroit avec leurs homologues européens, ils forment les maillons indispensables des réseaux d'approvisionnement du marché de l'art africain, occupant dès lors une place centrale dans la chaîne des médiations qui transforment des objets magico-rituels en marchandises et en œuvres d'art. Au tournant

des indépendances, des antiquaires sénégalais et maliens apportent eux-mêmes des objets à Paris pour les vendre directement aux grands marchands de l'époque (au premier rang desquels Charles Ratton, Pierre Vérité, ou encore René Rasmussen). Nombre de ces antiquaires ouest-africains ont commencé leur carrière comme rabatteurs ou courtiers travaillant pour le compte d'antiquaires occidentaux, avant d'ouvrir leur propre galerie dans les grandes villes africaines, en particulier (pour ce qui concerne l'Afrique francophone) à Abidjan, longtemps plaque tournante du marché, et à Lomé.

Depuis les années 1970, le marché de l'art africain s'est par ailleurs diversifié: confrontés à la raréfaction des masques et des statues considérés comme des «antiquités», valorisés pour leur ancienneté et leur authenticité, plusieurs antiquaires se sont orientés vers le commerce des perles et des textiles. L'ensemble de ces objets sont désormais regroupés sous l'appellation d'«art traditionnel» ou d'«art africain» (par opposition à l'«art moderne» ou à l'«art contemporain»), ou dans la catégorie juridique des «pièces ethnographiques» (par opposition aux «pièces archéologiques»). De nouvelles figures d'«antiquaires migrants» (Mimche et Tourère 2009 ; Bondaz 2016) ont investi le marché: des marchands camerounais approvisionnent désormais les capitales ouest-africaines en œuvres d'Afrique centrale, et particulièrement en *nkisi*, souvent produits en série. Depuis les années 2000, les crises ivoirienne puis malienne ont cependant reconfiguré le marché ouest-africain, les antiquaires burkinabè et sénégalais installés à Abidjan se retrouvant pour la plupart obligés de retourner dans leur pays d'origine et leurs homologues maliens de changer d'activité ou de migrer. Dans ce contexte, une partie du marché s'est déplacée d'Abidjan à Dakar, nouveau «pôle d'échange en art africain» selon un antiquaire sénégalais. La capitale bénéficiait dans le même temps d'une politique culturelle volontariste, dont l'ouverture du musée des Civilisations noires au début de l'année 2019 est la dernière illustration. Au premier étage, dans l'espace consacré aux masques produits dans différentes sociétés extra-occidentales, une journaliste sénégalaise note qu'«un fétiche béninois bardé de cauris dialogue avec des masques propres aux tribus canak [sic] de Nouvelle-Calédonie¹¹».

DÉPRÉCIER LE POUVOIR DES «FÉTICHES»

Être antiquaire en Afrique de l'Ouest oblige à accumuler de nombreux objets, parmi lesquels certains, qu'ils soient qualifiés de «fétiches» ou non, sont réputés chargés de pouvoir magico-religieux¹². L'accumulation de tels objets est ordinairement conçue en lien avec des pratiques rituelles, leur maître ou propriétaire se retrouvant suspecté d'être un «féticheur¹³». Dans un contexte où les religions révélées (islam et christianisme pour ce qui nous intéresse ici) condamnent de telles pratiques, les antiquaires se retrouvent donc régulièrement accusés d'idolâtrie, de paganisme, voire de sorcellerie par leurs voisins, certains de leurs amis

ou des membres de leur propre famille¹⁴. Un antiquaire sénégalais d'une cinquantaine d'années insistait par exemple sur les incompréhensions de ses proches, qui considéraient son métier comme contraire aux normes religieuses. Au Mali, l'un de ses homologues du même âge témoignait de la situation dans laquelle il se trouvait piégé : les propriétaires de l'immeuble au rez-de-chaussée duquel il loue une boutique, jugeant incompatible son activité avec leur pratique de l'islam, avaient rompu son bail, lui accordant quelques mois pour déménager. Un jeune marchand burkinabè m'expliquait pour sa part avoir été traité d'« enfant de l'enfer » et me rapportait que l'un de ses anciens amis, pourtant proche autrefois, refusait de le saluer depuis qu'il avait commencé à travailler avec un antiquaire. Il résumait ainsi :

Les gens souvent pensent que l'on fait des trucs avec les objets. Ils ont peur de nous. Il y en a qui n'osent même pas entrer nous voir. Il y a des gens qui disent que je vais aller en enfer, mais je m'en fous.

Ces pressions sociales, mais aussi les changements personnels des antiquaires dans leur rapport à la religion, motivent occasionnellement des cessations d'activité ou des reconversions professionnelles. Un antiquaire malien a par exemple cessé de vendre des masques et des statues après avoir effectué le pèlerinage à La Mecque et s'est spécialisé dans le marché de perles. L'un de ses collègues, devenu très pieux, a préféré pour sa part transmettre son activité à l'un de ses fils. De tels cas restent néanmoins exceptionnels. La majorité des antiquaires expliquent devoir, sans cesse, justifier et légitimer leur activité au regard de la religion. Ils mentionnent très souvent le nom de tel ou tel responsable religieux reconnu, parfois rencontré lors d'un voyage, ou font référence à un « vieux » consulté pour savoir si leur activité est licite ou non. Ils présentent à leurs compatriotes plusieurs types d'arguments, en les attribuant aux personnes qu'ils racontent avoir consultées.

La première de ces stratégies de justification consiste à opposer les pratiques magico-religieuses basées sur le Coran et celles qui sont considérées comme animistes. Un marchand burkinabè m'expliquait par exemple :

La plupart des gens qui critiquent les antiquaires sont des musulmans. Mais eux-mêmes sont plus puissants avec le Coran. Ils peuvent tout faire avec le Coran, plus qu'avec les wak [objets chargés d'une puissance magico-rituelle]. Et pourtant, ils critiquent les wak.

L'argument ne consiste pas à nier le pouvoir magico-rituel des objets, mais à évaluer son efficacité au regard d'autres pratiques magico-religieuses considérées comme plus conformes à l'islam. Une hiérarchie des valeurs rituelles des objets s'esquisse alors. La question du pouvoir des choses n'est pas une question de nature,

mais de degré : parmi tous les objets magico-rituels, ceux qui sont commercialisés par les antiquaires seraient moins puissants que ceux liés à l'islam. C'est la logique comparative et normative qui prévaut. Un tel raisonnement est d'autant plus intéressant qu'il fait intervenir un autre type de jugement de valeur sur les objets.

Une autre manière de justifier le travail d'antiquaire revient à nier toute capacité d'action aux objets, à insister sur leur inefficacité, et repose sur la réduction de la chose à sa matérialité. Un antiquaire malien estimait par exemple :

Le bois, ça ne peut rien faire. Le bois, ça ne peut pas représenter Dieu. Ça, c'est impossible. Si tu crois à Dieu, le bois c'est... Pour moi, c'est quelque chose... c'est un jeu pour moi, quoi ! Quelqu'un qui aime le bois, tu l'achètes, tu le mets chez toi, mais ça ne te fait... ça ne fait rien ! Ça ne protège pas la maison, ça ne t'empêche pas de mourir, ça ne te donne pas de l'argent, ça ne te fait rien.

Le même résumait en considérant que « ça ne vaut rien, ça ne peut rien faire », connectant ainsi la question de la valeur de l'objet à son (in)efficacité. Cet argument se traduit souvent par l'idée qu'il suffirait de ne pas « utiliser » les objets à des fins magico-religieuses pour ne pas tomber sous le coup des interdits religieux (« si on ne prend pas les statues pour des dieux, ça va », résumait un jeune antiquaire mouride installé à Saint-Louis). Les marchands insistent alors sur la distinction entre la figure de l'amateur et celle de l'idolâtre, c'est-à-dire entre deux styles d'interactions ou entre deux formes d'attachement aux choses. Un antiquaire sénégalais m'expliquait par exemple :

Un collectionneur, quand il entre dans un magasin, même s'il y a mille objets, il n'en voit qu'un seul. C'est celui-là qu'il achète. Il l'amène chez lui. Ce n'est pas une idole, il ne l'adore pas. Mais il l'admire, il le regarde.

Il ne s'agit cependant pas nécessairement de nier que les fétiches puissent avoir un certain pouvoir magico-rituel, mais d'expliquer qu'ils n'en ont plus :

Les gens, ils viennent souvent, les Maliens même qui ne connaissent pas, ils me disent que tout ça c'est du fétiche. Je dis : mais, est-ce que moi je peux garder mille fétiches, d'un seul coup ? Normalement, les fétiches, à chaque semaine ou à chaque mois, tu dois mettre du sang, tu dois mettre du cola [des noix de cola], tu dois faire des sacrifices dessus. Est-ce que moi je peux faire ça avec toutes ces pièces-là ? Ce n'est pas possible !

¹⁴. Tous les antiquaires cités dans ce texte (et la très grande majorité de ceux que j'ai rencontrés) sont musulmans. Au Sénégal, ils appartiennent pour la plupart à la confrérie mouride. Il ne semble pas y avoir de différence significative dans leur discours selon les appartenances confrériques. L'entourage des antiquaires est souvent mixte, en particulier au Burkina Faso, où un antiquaire a fréquemment des voisins ou des membres de sa famille pratiquant une religion différente de la sienne. Pour de plus amples développements sur ces points, voir Bondaz 2015a : 27-29.

Exposition
marchande de
masques dans
la rue, à proximité
du marché Kermel,
Dakar (Sénégal),
mars 2012,
photographie
Julien Bondaz.

Lot de *nkisi nkondi* («fétiches à clous») chez un grossiste camerounais installé à la Médina. Dakar (Sénégal), février 2013, photographie Julien Bondaz.

15. Cette réduction au matériau est commune aux collectionneurs occidentaux et aux antiquaires africains, mais pour des raisons différentes : les premiers généralement occultent le producteur de l'objet, tandis que les seconds annihilent tout lien avec les entités invisibles.

16. «Dans le milieu, on s'appelle comme ça», m'expliquait un antiquaire ouagalais. Ce travail de réduction est également susceptible de fonctionner comme un moyen de dévaloriser la marchandise d'un autre antiquaire, dans une logique de distinction. Toujours à Ouagadougou, par exemple, l'expression «magasin de bois» est utilisée comme synonyme de l'expression mooré *yāma-yāma* («n'importe quoi, ordure, saleté...») pour disqualifier la collection d'un concurrent.

Ce deuxième argument repose ainsi sur une conception du pouvoir des objets qui dépend de l'utilisation qui en est faite et de l'intention de son propriétaire, c'est-à-dire sur une logique relationnelle et intentionnelle.

Une troisième justification enfin retourne l'accusation portée aux antiquaires, en présentant la marchandisation des fétiches comme un moyen presque privilégié de lutter contre l'idolâtrie et le paganisme. Un antiquaire peul m'a ainsi rapporté avoir consulté un «vieux» peul afin de lui poser une question «concernant le bois». Il voulait savoir si, «en tant que fils de musulman» et musulman lui-même, il pouvait vendre «le bois». Le vieux lui aurait alors répondu : «Comme tu ne l'utilises pas... toi, tu ne fais pas le fétiche, tu les vends comme simple marchandise, tu n'as pas de problème». Il aurait même ajouté : «Normalement, tu devrais être béni [pour ce que tu fais].» Le raisonnement du «vieux», dans la version qu'en proposait l'antiquaire, consistait à doter la marchandise d'une efficacité supérieure à celle des «fétiches» : des personnes persuadées de leur pouvoir, confrontées à la vue de ces objets dans une galerie ou une boutique, se rendraient compte de leur inefficacité et cesseraient de leur attribuer une capacité d'action. L'antiquaire résumait l'argument ainsi : «Si c'est un dieu, est-ce qu'on peut le vendre ? On ne peut pas vendre Dieu.»

Requalifier des fétiches en marchandises ne revient donc pas seulement à convertir leur valeur d'usage en valeur d'échange, mais à leur nier une quelconque efficacité. Il s'agit moins de cesser de les utiliser à des fins magiques que de prendre acte de leur inutilité première. En vendant des fétiches, non seulement les antiquaires retirent de la sphère rituelle des objets servant de support à des pratiques interdites par les religions révélées, mais ils contribuent en outre à prouver qu'ils ne sont chargés d'aucun pouvoir spécifique et que les prendre pour des divinités est absurde. Un tel argument paraît paradoxal : ce n'est pas la même chose de considérer le fétiche comme un «objet fort» (doté d'une capacité d'agir) ou comme un «objet-dieu» (destinataire d'un culte). Cela revient à confondre fétichisme et idolâtrie, à la façon des théologiens, philosophes et sociologues du XIX^e siècle. Dans une telle logique, la requalification d'un fétiche en marchandise serait donc susceptible de provoquer une conversion religieuse (à l'islam ou au christianisme). Nier le pouvoir attribué aux «objets forts» revient corollairement à attribuer un certain pouvoir à la marchandise. L'opposition entre «fétiche» et marchandise se retrouve mise en scène, permettant alors de doter la figure de l'antiquaire d'une compétence non seulement économique, mais aussi religieuse : en requalifiant des fétiches en marchandises, il leur confère

Présentation d'un lot de sculptures par un antiquaire en vue de l'obtention d'une autorisation d'exportation, musée national du Mali, janvier 2013, photographie Julien Bondaz.

un contre-pouvoir. « Il y en a qui condamnent les sculpteurs. Il n'y a pas de dégâts si tu les vends [les fétiches] », résumait un marchand, qui redirigeait ainsi la faute et donc le risque vers le producteur de l'objet.

Assimiler les objets magico-rituels à des marchandises se révèle donc essentiel pour les antiquaires ouest-africains. L'un d'entre eux estimait : « C'est comme une marchandise : on achète et on revend. On gagne notre vie dedans. » Une technique discursive récurrente consiste à réduire ces objets à leur matérialité, à parler de « bois » plutôt que de « statues ». Supprimer le pouvoir de l'objet revient en effet à le traiter comme un simple matériau¹⁵. Un antiquaire burkinabè m'expliquait que, afin d'obtenir un masque utilisé dans un contexte initiatique, il faut organiser une cérémonie pour que les forgerons fabriquent un nouveau masque et pour désacraliser l'ancien, « enlever les trucs sacrés qui étaient là-dessus pour les poser sur le nouveau ». L'objet devient alors « un bois simple » (*raoogo zaalle* en mooré). Les antiquaires se présentent d'ailleurs souvent comme des « vendeurs de bois¹⁶ » (*rakoaasa* en mooré), certains allant jusqu'à comparer leur marchandise au « bois de cuisine » (par analogie avec le bois servant à faire cuire les aliments¹⁷). Le travail d'appréciation des antiquaires ne s'inscrit donc pas seulement dans une « économie de l'enrichissement », caractéristique des pratiques de collection (Boltanski

et Esquerre 2014). Il consiste également en une stratégie d'ajustement au cadre culturellement fluctuant des transactions marchandes et peut donc paradoxalement se retourner en une économie de l'appauvrissement.

Dans une telle perspective, la marchandisation de l'art revient alors à transformer des objets magico-rituels en bois, du bois en marchandise et de la marchandise en argent. Plusieurs antiquaires maliens et burkinabè parlent ainsi de « l'argent du bois » pour désigner celui qu'ils gagnent dans le commerce des masques et des statues. Une autre opposition est donc mise en récit, entre le pouvoir des objets et celui de l'argent. Un antiquaire peul, originaire du Mali mais installé depuis près de vingt ans dans le quartier Laarlé à Ouagadougou, plaisantait avec deux de ses assistants : « Ceux qui ont du bois et qui n'ont pas d'argent ! Moi, je n'aime pas les masques, c'est l'argent que je veux ! Pourquoi vous ne portez pas les masques ? »

Plus révélateur sans doute est le conflit qui a opposé, en 2013, l'Association des antiquaires, peintres et sculpteurs du Mali aux douaniers (ou les tensions récurrentes entre antiquaires et douaniers sénégalais, pour des motifs similaires). Les antiquaires maliens ont en effet vivement protesté quand, à l'aéroport, les douaniers ont commencé à exiger, outre l'autorisation d'exportation accordée par le Musée national, une autorisation du ministère des Eaux et Forêts

17. En Afrique de l'Ouest, l'immense majorité des femmes utilisent des fourneaux à bois ou, plus souvent, disposent trois pierres au-dessus d'un foyer pour faire chauffer une marmite. Le commerce du « bois de cuisine » est donc central en contexte urbain. Comparer des masques et des statues à du « bois de cuisine » revient implicitement à les présenter comme des combustibles, et donc à établir une analogie entre les antiquaires et les « brûleurs de fétiches » (certains missionnaires, prêcheurs ou prophètes faisant de la destruction des objets de culte une étape de la conversion des populations). Un antiquaire m'expliquait ainsi, à propos d'une statue exposée dans sa galerie : « Si tu prends ça et que tu le mets au feu, ça va brûler. Un dieu, ça ne prend pas feu. »

Masque anthropozoomorphe, Mali, Bamana, avant 1954, don Sow Gouro. Musée du quai Branly-Jacques-Chirac, MQB 73.1963.0.510.

pour l'exportation du bois. Les antiquaires estimaient que les Eaux et Forêts devaient s'en prendre aux coupeurs de bois, et non à ceux qui vendent des objets d'art, puisque alors « le bois est déjà fini ». Le président et le secrétaire général de l'Association des antiquaires, peintres et sculpteurs du Mali se sont plaints auprès du Musée national, puis de la direction des Eaux et Forêts, et ont fini par être entendus. Ce conflit douanier – qui n'est pas sans évoquer le fameux procès du sculpteur Brancusi contre l'État américain en 1927 (Steiner 2001) – signalait ainsi la capacité qu'avaient les objets de fonctionner en même temps comme des marchandises, des œuvres d'art et des matières premières. Certes, les taxes et les lois qui encadrent l'exportation de tels objets ne faisaient en un sens que conforter les stratégies discursives déployées par les antiquaires pour légitimer leur activité aux yeux de leurs compatriotes les plus méfiants. Mais elles oblitéraient toute valeur ajoutée aux objets, tout supplément d'« âme ».

APPRÉCIER L'« ÂME » DES OBJETS

La distinction entre religion et culture, parfois clairement explicitée par les antiquaires, leur fournit une autre justification. Un antiquaire malien opposait par exemple la « culture » (dont relèveraient les fétiches) et la « religion » (sa pratique de l'islam). L'un de ses collègues sénégalais insistait pour sa part sur l'importance qu'il faut accorder à la distinction entre fétiches et œuvres d'art : « Les gens ne connaissent pas ça. Ils croient que l'objet d'art, ça veut dire des fétiches. » À ses yeux, les fétiches ne relèvent cependant ni du domaine religieux ni du monde de l'art. Pour argumenter l'idée selon laquelle la statuaire africaine n'avait rien à voir avec les fétiches, il la réduisait alors aux seuls masques de divertissement. Autre exemple révélateur, au Mali, la loi parle de « négociants en biens culturels ». Certains marchands protestent et préféreraient que soit reconnu juridiquement leur statut d'antiquaire, qui fournirait selon eux une forme de garantie de l'ancienneté des objets qu'ils commercialisent. Des différenciations sont également établies par les antiquaires eux-mêmes, qui s'opposent souvent aux marchands d'art, de la même façon qu'ils séparent deux espaces de vente : la galerie et la boutique (Steiner 1994 et 1999 ; Bondaz 2016).

Une telle opposition rend cependant mal compte du continuum des acteurs concernés. Les antiquaires la font reposer sur les compétences mises en œuvre par les uns et les autres. Ils tirent notamment leur légitimité de l'expérience qu'ils ont du voyage et de la migration. Le fait d'avoir sillonné un grand nombre de pays d'Afrique de l'Ouest et d'Afrique centrale à la recherche d'objets, et mieux encore d'avoir longuement séjourné dans l'un d'entre eux, est l'un des signes distinctifs le plus souvent mis en avant (Bondaz 2016). Un bon antiquaire est avant tout un « aventurier » (pour reprendre le terme qu'ils utilisent eux-mêmes) et se présente comme un découvreur. Cette rhétorique de la découverte, qui passe par la mise en récit

de l'origine des objets, est en effet centrale non seulement dans les discours des antiquaires, mais aussi dans ceux de leurs homologues ouest-africains. Le récit de la découverte est la principale technique de production de l'authenticité de l'objet, et plus largement du marché de l'art, dans la mesure où il fonctionne comme un « circuit d'approvisionnement de l'authenticité » (Warnier 1994). Cette dernière en effet « n'est pas seulement une question d'origine contrôlée, et de la confiance qu'inspire une inspection de visu, c'est aussi une affaire d'interprétation de ce qu'est une origine et du désir que nous en avons » (Spooner 1986 : 200). Dans le cas du marché de l'art, il s'agit donc de penser ensemble l'authenticité des œuvres d'art et celle des marchandises. La définition de l'authenticité des objets par les antiquaires ouest-africains est d'ailleurs fluctuante : l'accent peut être mis sur la conformité au modèle, sur l'ancienneté des pièces ou sur le fait qu'elles aient déjà servi, ce dernier critère étant particulièrement ambivalent dans le cas des « fétiches ». Or, dans la mesure où la production de cette authenticité est étroitement liée à celle de la rareté, l'antiquaire est constamment confronté à une double injonction : il doit à la fois fournir le marché en accumulant des marchandises et produire de la valeur en singularisant des œuvres. Il est forcé de composer avec « l'ambiguïté du produit » (Boltanski et Thévenot 1991 : 332) ou le « paradoxe de la marchandise » (Warnier 1994).

Un tel paradoxe est redoublé dans le contexte qui nous intéresse. En effet, les antiquaires accumulent des objets magico-rituels, courant alors le risque, comme on l'a noté, d'être pris pour des sorciers par certains de leurs compatriotes, tout en les singularisant au moyen d'un ensemble de stratégies discursives, d'une véritable « économie de la parole » (Steiner 1994). Ils produisent notamment des récits mettant en exergue leur lien supposément privilégié avec des responsables rituels. Dans les narrations concernant l'origine des objets, les antiquaires mobilisent en effet le schème de la rencontre avec leurs propriétaires, souvent désignés comme « les gardiens des valeurs ». Dans le cas des « fétiches », la figure du « féticheur » se retrouve alors centrale : de nombreux antiquaires insistent sur leurs contacts avec des devins-guérisseurs, pourvoyeurs d'objets. Dans plusieurs cas, certains devins-guérisseurs se présentent eux-mêmes comme antiquaires et commercialisent des objets magico-rituels requalifiés en biens culturels et en œuvres d'art.

Ces récits d'origine des objets s'inscrivent ainsi dans une double circulation des œuvres et des informations qui caractérise le marché de l'art africain. Mais, alors que les œuvres ne circulent que dans un sens (sauf cas exceptionnel), des villages vers les villes et surtout du continent africain vers les pays occidentaux, les informations circulent dans les deux sens, qu'elles concernent l'art africain ou les informations sur le marché de l'art (en particulier sur les prix) – pour le dire autrement, les informations qui circulent sur les œuvres portent principalement sur deux régimes de valeur de l'œuvre, artistique et marchand. La connaissance des marchés (en l'occurrence ici du marché de l'art) n'a pas cessé en effet de s'approfondir au cours du xx^e siècle parmi les élites économiques et intellectuelles

18. Les chemises de chasseur bambara sont réputées pour leur accumulation d'amulettes cousues, conférant à la fois prestige et pouvoir à leur porteur. Les confréries des chasseurs (*donsow*) sont très puissantes en Afrique de l'Ouest. Sur la mise en exposition de telles tenues dans le contexte ouest-africain, voir Bondaz 2015b.

19. D'après les sources de l'époque, cependant, la partie du marché réservée aux marchands d'art a été plutôt épargnée par l'incendie (Mamadou Biaye, « Le marché fait place aux décombres », *Wal Fadjri. L'Aurore*, 24, 25, 26 septembre 1993 : 5). Un problème électrique semble avoir provoqué l'incendie. Le marché Kermel a été reconstruit à l'identique et continue de rassembler des marchands d'art et de souvenirs.

urbaines ouest-africaines, et de plus en plus, aujourd'hui, parmi les couches populaires, dans une sorte de démocratisation des connaissances concernant la valeur des œuvres d'art africain. Cette diffusion plus large des savoirs s'explique également par l'usage précoce des nouvelles technologies d'information et de communication chez les antiquaires africains et leurs rabatteurs. La circulation des informations se joue sur deux plans : celui de la transmission de savoirs stéréotypés (concernant tant la valeur culturelle des objets que leur valeur marchande) et celui de la sécrétion de l'information (à travers les récits d'acquisition qui mettent en scène la découverte tout en confidentialisant le lieu et le propriétaire d'origine de l'objet). Cette mise au secret ne concerne d'ailleurs pas seulement les réseaux d'approvisionnement. Christopher Steiner a bien montré, à propos de la marchandisation des masques africains, comment elle est étroitement liée à la production d'une « aura d'autorité mystérieuse » pour les objets et contribue à la reproduction, au sein du marché de l'art, d'une logique de l'initiation (Steiner 2015).

Le travail de l'antiquaire compose ainsi avec deux objectifs apparemment contradictoires de mise en exposition des objets et de sécrétion des informations. Les techniques de mise en exposition, finement observées puis décrites par Steiner à propos des antiquaires en Côte d'Ivoire dans les années 1980, continuent de prévaloir (Steiner 1994 et 1999 Bondaz 2016). À l'accumulation plus ou moins ordonnée des objets dans les galeries, répondent des dispositifs de distinction spatiaux et matériels qui font de l'arrière-boutique ou de la réserve un lieu de rencontre privilégié avec des objets supposément plus authentiques, plus précieux. Ces objets exceptés se retrouvent présentés comme des objets d'exception. Une autre stratégie consiste à réserver dans un sac un objet particulièrement fort. Ce travail de singularisation des objets tend alors à renforcer la méfiance de la population locale, des voisins, des membres de la famille. Les femmes notamment craignent le pouvoir attribué à certains objets, ce qui introduit parfois des tensions au sein des couples. La femme d'un antiquaire me témoignait par exemple de la crainte qu'elle éprouvait à la vue d'une tenue de chasseur bambara (*dòso dūlòki*) récemment acquise par son mari : « C'est plein de gris-gris, j'ai peur de ça¹⁸. » Un antiquaire burkinabè, également collectionneur, m'expliquait pour sa part avoir décidé de faire construire une seconde maison parce que sa femme avait peur des objets qu'il accumulait chez lui.

Les galeries, les boutiques, les réserves des antiquaires (et dans l'espace domestique les pièces dans lesquelles ils conservent des objets) possèdent ainsi un statut particulièrement ambivalent et provoquent la méfiance de la population locale. L'attribution d'un pouvoir à certains des objets qui y sont exposés ou entreposés est d'ailleurs souvent avancée pour expliquer l'absence presque totale de vol. Ainsi, plusieurs antiquaires affirment n'avoir nul besoin des services d'un gardien pour leur marchandise. Eux-mêmes ne sont d'ailleurs pas en reste lorsqu'il s'agit d'attribuer un pouvoir magico-religieux à certains objets.

Un événement extraordinaire peut alors trouver une explication occulte, comme ce fut le cas en septembre 1993 lors de l'incendie du marché Kermel, monument historique et haut lieu dakarois du marché de l'art africain. Plusieurs riverains et quelques antiquaires avaient attribué l'origine de l'incendie non à la seule vétusté des installations électriques, mais à l'intention maléfique d'une entité invisible vengeresse. Un antiquaire quinquagénaire se souvenait que « quelques-uns disaient que les démons, les djinns qui étaient dans les objets avaient provoqué l'incendie¹⁹ ».

Plus fréquemment, la mort soudaine ou la maladie curieuse d'un collègue est interprétée par certains antiquaires comme la conséquence d'une procédure rituelle non respectée concernant un « objet fort » (sans que ce dernier soit toujours précisément désigné). Un antiquaire malien m'expliquait par exemple que l'un des objets réputés les plus puissants parmi les objets de culte bamanan, le *komokun*, avait « plusieurs qualités », selon qu'il a été le support de sacrifices sanglants, non sanglants ou qu'il n'a pas fait l'objet de sacrifices. La question de savoir si l'objet n'a jamais été chargé, s'il a subi un traitement rituel permettant de transférer son pouvoir sur un autre objet ou s'il continue d'être chargé, engage des styles d'interactions différents et fait émerger des risques spécifiques associés au métier d'antiquaire. « Parmi les objets, il y a des djinns », soulignait un marchand sénégalais pour décrire l'insécurité dans laquelle il doit travailler : « Certains objets, tu les mets dans ta boutique. Le lendemain, tu reviens, ça a brûlé. » L'un de ses collègues m'expliquait craindre, lorsqu'il achetait un lot de copies artificiellement vieilles, qu'un objet ayant été utilisé à des fins magico-rituelles ne s'y soit caché (son appréhension répond ainsi à celle du collectionneur, inquiet à l'idée qu'une copie puisse figurer parmi les pièces qu'il rassemble). De même, quand un collectionneur décède, emportant avec lui ses secrets, l'absence de renseignements au sujet de ses œuvres fait craindre le pire : « Le problème, c'est qu'on ne peut pas savoir quels sont les objets originaux. Si un collectionneur meurt, ses enfants peuvent vendre sans connaître. Il peut y avoir de bons objets parmi des copies. »

Les copies artificiellement vieilles se révèlent de ce point de vue moins inquiétantes, leur statut n'étant pas incertain aux yeux des antiquaires. Un marchand malien assumait par exemple ne vendre que des reproductions de *bolixw*, considérant qu'il serait trop dangereux pour lui d'en posséder et d'en manipuler de véritables.

Selon la même logique, le mode d'acquisition peut impliquer des risques spécifiques : les objets magico-rituels volés sont souvent considérés comme dangereux dans la mesure où leur pouvoir, n'ayant pas été pris en charge rituellement, continuerait d'être actif. Il est alors préférable d'acheter les objets à un intermédiaire qui prendrait sur lui les risques liés à la marchandisation des « objets forts ». « Le meilleur bois, c'est celui qui est déjà vendu », résumait l'antiquaire sénégalais déjà cité à propos du pouvoir incendiaire des objets. Il m'expliquait appliquer le conseil que son père, également marchand d'art, lui avait donné pour se protéger contre tout maléfice lié aux objets

Galerie «Xeltou», Saint-Louis (Sénégal), février 2013, photographie Julien Bondaz.

20. Le premier de ces récits m'a été rapporté par un Malien qui n'était pas antiquaire lui-même (Bondaz 2008: 154-155), le second par un antiquaire sénégalais.

21. J'ai proposé ailleurs de parler de «sorcellerie de la collection» pour pointer les affinités entre les raisons artistiques, marchandes et rituelles de l'accumulation d'objets (Bondaz 2015a: 43).

22. L'exemple que prennent Luc Boltanski et Laurent Thévenot pour décrire un tel «arrangement hétérogène» relève justement du marché de l'art: il s'agit d'une anecdote concernant la justification du prix de l'un de ses dessins par Picasso.

23. Pour une synthèse à ce sujet, voir Bonnot 2015.

chargés: si l'on en découvre un dans un village, il ne faut pas l'acheter mais le troquer contre des aliments blancs (du riz, du lait et du sucre). «Il y a des objets que l'on ne peut pas vendre», concluait-il. «Le métier d'antiquaire est dangereux», résumait un autre antiquaire, avant de raconter le décès d'un de ses amis, tué et dépouillé lors d'une tournée au Nigeria, et l'enchaînement de malheurs provoqués par le vol d'un masque, qui a fini par atteindre un autre marchand d'art. L'un de ses collègues précisait ces risques à la fois physiques et occultes en prenant l'exemple des chefferies du Nigeria et du Cameroun:

Dans les chefferies, il y a des objets qui ne sortent pas. Si tu prends les pièces, on va te saquer! Tu meurs, tu deviens aveugle. Seul le roi ou les sorciers peuvent communiquer avec ces objets.

Les récits à ce sujet sont nombreux, depuis celui (situé dans les années 1970) du masque dogon volé dans une grotte de la falaise de Bandiagara et revenu après que tous les intermédiaires sont morts dans d'étranges circonstances, jusqu'à l'histoire plus récente de cet antiquaire migrant installé à Marseille, à qui l'un des masques de sa collection se serait adressé en ces termes: «Ne me vendez pas. Si tu me vends, tu vas devenir fou», et qui aurait effectivement fini par perdre la tête²⁰.

Lors des transactions marchandes (comme lors des entretiens), les antiquaires ne cessent de mettre en scène l'ambiguïté de leurs compétences, se présentant comme des spécialistes du pouvoir tant esthétique que rituel des objets qu'ils proposent à l'admiration et à la vente. Les récits d'acquisition des objets reposent sur une rhétorique de la révélation: les antiquaires expliquent communiquer avec les objets, les présentent comme des entités douées de parole et dotées d'une «âme». L'un d'eux me rapportait par exemple avoir été interpellé par un masque dans un village («Le masque me parlait. Le masque me disait: "Ne me laisse pas ici."») au point de tout faire pour l'obtenir. Un antiquaire malien ayant commencé sa carrière en Côte d'Ivoire, avant de s'installer à Dakar en 2002, m'expliquait que certains objets étaient particulièrement puissants, notamment le *ntomo*, et nécessitaient donc un traitement rituel spécifique: «Quand tu es en présence de ces objets, tu sens qu'ils ont quelque chose de spécial. Tu les laisses dehors. Il faut les neutraliser.» Il poursuivait en précisant que certains de ses collègues devaient donc organiser des cérémonies pour décharger ces objets trop forts, potentiellement dangereux, mais qu'il avait les compétences rituelles permettant de le faire lui-même. Les antiquaires sont ainsi capables, comme les devins, de découvrir des objets singuliers dans la masse des choses, des saillances sensorielles et émotionnelles dans l'uniformité du réel, ce que l'expression «avoir l'œil», qu'ils utilisent aussi volontiers que leurs homologues occidentaux, indique de manière ambiguë. Le regard cependant ne suffit pas: il faut également avoir recours au toucher. Parmi les compétences de l'antiquaire, il doit savoir approcher les objets: «Il faut essayer de se contacter avec les

objets, parce que les objets aussi ils ont leur âme» (mon interlocuteur, un antiquaire sénégalais, utilisait le terme wolof *ruu*, emprunté à l'arabe et habituellement traduit par «âme»). Maîtrisant le pouvoir des objets à la manière des responsables rituels des cultes concernés, les antiquaires produisent un monde de l'art qui fonctionne comme un double du monde rituel – en termes sociologiques: le champ artistique est construit comme un décalque du champ magico-religieux. L'attribution d'un pouvoir aux objets qu'ils transforment en marchandises dépend du cadre dans lequel ils justifient leur valeur, des stratégies discursives qu'ils déploient et des interlocuteurs à qui ils s'adressent. Les échanges marchands, ainsi définis comme des situations d'interlocution susceptibles de conférer du pouvoir aux objets, fonctionnent ici sur le modèle de la sorcellerie instrumentale²¹. C'est ce dont témoigne, à sa manière, cette galerie ouagalaise spécialisée dans les «objets d'art et bijoux», malicieusement dénommée «Sortilège».

CONCLUSION

La conjonction des modes de valorisation des «fétiches» qui se joue lors de leur entrée sur le marché de l'art rend ambivalent aussi bien leur statut que celui des antiquaires ouest-africains. Requalifiés en œuvres d'art, les premiers tendent néanmoins à résister à la réification: une capacité d'action continue bien souvent de leur être attribuée hors du champ rituel. Ce caractère à la fois multiple et inachevé de leur requalification (ils deviennent en même temps des marchandises, des biens culturels et des œuvres d'art, mais ne cessent pas pour autant de pouvoir fonctionner comme des objets magico-rituels) favorise le jeu des antiquaires. Ceux-ci, en assumant la pluralité ontologique des objets qu'ils commercialisent, peuvent les profiler selon leurs intérêts du moment. Ils envisagent leurs qualifications comme autant de propriétés relationnelles, ce qui montre bien que, dans le marché de l'art comme dans les autres marchés, «les propriétés qui définissent le bien en tant que bien individuel et constituent son profil ou identité ne sont ni intrinsèques ni extrinsèques» (Callon et Muniesa 2003: 202). L'«arrangement hétérogène» qui caractérise les «épreuves marchandes» (Boltanski et Thévenot 1991: 333²²) rend possible des stratégies de justification adaptées aux différents interlocuteurs des marchands, qu'ils soient des voisins ou des proches, des collègues, des clients potentiels – ou encore un ethnologue tentant de comprendre ces différentes stratégies.

Au final, les affinités entre «fétiches» et marchandises ou entre «féticheurs» et antiquaires ne doivent donc pas être interrogées dans une perspective diachronique qui distinguerait plusieurs étapes dans la biographie sociale des objets – dans le cadre de ce qu'Arjun Appadurai, inspiré par Marx, a proposé d'appeler «fétichisme méthodologique» (Appadurai 1986)²³ – ou plusieurs acteurs de leur transformation; elles doivent être comprises dans la saisie du continuum qui se tisse entre deux pôles, ceux du magico-religieux et du marché de l'art, ou de la religion et de la culture,

le long duquel les marchands ne cessent de se positionner et de placer leur marchandise. Cet art du profilage permet de mieux comprendre le travail d'appréciation des objets qu'ils commercialisent, leur transformation en biens précieux, leur capacité à intégrer les « trésors » des collectionneurs²⁴. En fonction du contexte et de leurs interlocuteurs, les antiquaires mettent en avant de manière plus ou moins implicite une distinction ferme et définitive entre la sphère magico-rituelle et le marché de l'art ou, au contraire, une grande affinité voire une équivalence entre la figure du « féticheur » et celle de l'antiquaire. Le prestige des marchands est lui-même susceptible de se construire selon deux modes : celui de l'expertise culturelle ou artistique pour les clients potentiels (dans une perspective locale ou transnationale) et les agents du patrimoine (au niveau national), celui des compétences magico-rituelles pour une grande partie de la population locale. Être marchand d'art revient ainsi non à défendre une hypothétique valeur universelle des œuvres, mais à se mettre au service des objets. Dans les propos des antiquaires ouest-africains, ce n'est finalement pas tant le marchand qui transforme les choses en chefs-d'œuvre et en biens précieux et qui révèle leur vraie valeur. Ce sont les choses qui viennent à lui pour imposer leurs règles du jeu. Un antiquaire sénégalais résumait ainsi : « Dans le métier de l'art, il y a un secret. Le secret, c'est : plus tu l'approches, plus tu connais les règles, plus tu l'aimes. C'est lui qui vient vers toi. »

24. Cette expression, souvent utilisée par les collectionneurs occidentaux, se retrouve également dans les propos de certains de leurs homologues ouest-africains.

Bibliographie

Abélès, Marc

2011 *Pékin 798*. Paris, Stock.

Amselle, Jean-Loup

2015 « La marchandisation des fétiches : réponse à Éric Villagordo », in Anthony Mangeon (dir.), *Anthropo-
tiques : Jean-Loup Amselle, une
pensée sans concessions*.
Paris/Montpellier, Karthala/
MSH-M : 211-215.

Appadurai, Arjun (dir.)

1986 *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspectives*. Cambridge, Cambridge University Press.

Augé, Marc

1988 *Le Dieu objet*. Paris, Flammarion.

Bazin, Jean

1986 « Retour aux choses-dieux », *Le Temps de la réflexion* 7 : 253-273.

1996 « Des clous dans la Joconde », in Frank Chaumon (dir.), *Détours de l'objet*. Paris, L'Harmattan : 107-130.

Biro, Yaëlle

2018 *Fabriquer le regard : marchands, réseaux et objets d'art africains à l'aube du xx^e siècle*. Dijon, Les presses du réel.

Boltanski, Luc et Esquerre, Arnaud

2014 « La “collection”, une forme neuve du capitalisme : la mise en valeur économique du passé et ses effets », *Les Temps modernes* 679 : 5-72.

Boltanski, Luc et Thévenot, Laurent

1991 *De la justification : les économies de la grandeur*. Paris, Gallimard.

Bond, George C.

1987 « Ancestors and Protestants : Religious Coexistence in the Social Field of Zambian Community », *American Ethnologist* 14 (1) : 55-72.

Bondaz, Julien

2008 : « Mort de l'objet et vif du sujet. Des fétiches au Musée national du Mali », in Michèle Cros et Julien Bonhomme (dir.), *Déjouer la mort en Afrique : or, orphelin, fantômes, trophées et fétiches*. Paris, L'Harmattan : 129-158.

2015a « L'art primitif réapproprié ? Les collectionneurs d'art africain en Afrique de l'Ouest », *Cahiers d'anthropologie sociale* 12 : 24-48.

2015b « Trophées et fétiches. Exposer le pouvoir des chasseurs en Afrique de l'Ouest », in *Exposer la chasse ?* [en ligne], Actes du colloque international, musée de la Chasse et de la Nature, Paris, 19-20 mars 2015, disponible sur : <https://chassenature.org/>

wp-content/uploads/2019/04/Actes-colloque-Exposer-la-chasse.pdf

2016 « Masques passeports et antiquaires migrants. La marchandisation de l'art africain en Afrique de l'Ouest », *Cahiers du CAP* 3 : 77-103.

Bonnot, Thierry

2015 « La biographie d'objets : une proposition de synthèse », *Culture & Musées* 25 : 165-183.

Bourdieu, Pierre

1977 « La production de la croyance », *Actes de la recherche en sciences sociales* 13 : 3-43.

Callon, Michel

2009 « Postface. La formulation marchande des biens », in François Vatin (dir.), *Évaluer et valoriser : une sociologie économique de la mesure*. Toulouse, Presses universitaires du Mirail : 247-269.

Callon, Michel et Muniesa, Fabian

2003 « Les marchés économiques comme dispositifs collectifs de calcul », *Réseaux* 122 : 189-233.

Colleyn, Jean-Paul

1985 « Objets forts et rapports sociaux », *Systèmes de pensée en Afrique noire* 8 : 221-261.

2004 « L'alliance, le dieu, l'objet », *L'Homme* 170 : 61-78.

2009a *Boli*. Paris/Montreuil, Johann Levy/Gourcuff Gradenigo.

2009b « Images, signes, fétiches : à propos de l'art bamana (Mali) », *Cahiers d'études africaines* 195 : 733-746.

2010 « Il Feticcio, O Un Oggetto Paradossale », in Ivan Bargna et Giovanna Parodi da Passano (dir.), *L'Africa delle Meraviglie : Arti Africane nelle collezioni italiane*, catalogue d'exposition (Gênes, Palazzo Ducale). Milano, Silvana Editoriale : 133-145.

Coquet, Michèle

1987 « Une esthétique du fétiche », *Systèmes de pensée en Afrique noire* 8 : 111-140.

Derlon, Brigitte et Jeudy-Ballini, Monique

2008 *La Passion de l'art primitif : enquête sur les collectionneurs*. Paris, Gallimard.

2011 « L'authenticité rêvée des collectionneurs d'art primitif », *Les Cahiers du musée des Confluences* 8 : 87-94.

Forni, Silvia et Steiner, Christopher (dir.)

2015 *Africa in the Market: Twentieth-century Art from the Amrad African Art Collection*. Toronto, Royal Ontario Museum.

Freinkel, Lisa

2005 « The Use of the Fetish », *Shakespeare Studies* 33 : 115-122.

Gell, Alfred

1998 *Art and Agency: An Anthropological Theory*. Oxford, Clarendon Press.

Geertz, Clifford

2003 *Le Souk de Séfrou : sur l'économie du bazar*. Paris, Bouchène.

Godelier, Maurice

1970 « Économie marchande, fétichisme, magie et science », *Nouvelle Revue de psychanalyse* 2 : 197-212.

1996 *L'Énigme du don*. Paris, Fayard.

Heinich, Nathalie

1993 « Les objets-personnes : fétiches, reliques et œuvres d'art », *Sociologie de l'art* 6 : 25-56.

2017 *Des valeurs : une approche sociologique*. Paris, Gallimard.

Heinich, Nathalie, Schaeffer, Jean-Marie et Talon-Hugon, Carole (dir.)

2014 *Par-delà le beau et le laid : enquêtes sur les valeurs de l'art*. Rennes, PUR.

Heinich, Nathalie et Shapiro, Roberta (dir.)

2012 *De l'artification : enquêtes sur le passage à l'art*. Paris, Éditions de l'EHESS.

Lehuard, Raoul

1980 « De la circulation de l'art nègre », *Arts d'Afrique noire* 35 : 4-15.

MacClancy, Jeremy

1988 « A Natural Curiosity. The British Market in Primitive Art », *RES* 15 : 163-176.

MacGaffey, Wyatt

1991 *Art and Healing of the Bakongo Commented by Themselves: Minkisi from the Laman Collection*. Stockholm, Folkens Museum-Etnografiska.

McNaughton, Patrick

1988 *The Mande Blacksmiths: Knowledge, Power and Art in West Africa*. Bloomington, Indiana University Press.

Marx, Karl

1960 [1867] *Le Capital. Livre troisième, tome III*, trad. de l'allemand par Catherine Cohen-Solal et Gilbert Badia. Paris, Éditions sociales.

1975 [1867] *Le Capital. Livre premier, tome I*, trad. de l'allemand par Joseph Roy. Paris, Éditions sociales.

Meincke, Kerstin

2014 « Currency Affairs: Photography and Productivity », in Gabriele Genge et Angela Stercken (dir.), *Art History and Fetishism Abroad: Global Shifts in Media and Methods*. Bielefeld, Transcript : 92-112.

Mimche, Honoré et Tourère, Zénabou

2009 « Circulations migratoires des élites économiques dans l'ouest du Cameroun : le cas des “antiquaires” », in Virginie Baby-Collin et al. (dir.), *Migrants des Suds*. Marseille, IRD : 77-96.

Moulin, Raymonde

1967 *Le Marché de la peinture en France*. Paris, Éditions de Minuit.

Myers, Fred R. (dir.)

2001 *The Empire of Things: Regimes of Value and Material Culture*. Santa Fe, School of American Research Press.

Ogbechie, Sylvester Okwunodu

2012 *Refaire l'histoire : les collectionneurs africains et le canon de l'art africain*. Milan, 5 Continents éditions.

Pietz, William

2005 *Le Fétiche : généalogie d'un problème*. Paris, Kargo-L'Éclat.

Phillips, Ruth B. et Steiner, Christopher B. (dir.)

1999 *Unpacking Culture: Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds*. Berkeley/Los Angeles/Londres, University of California Press.

Pinchard, Bruno

2014 *Marx à Rebours*. Paris, Kimé.

Ratton, Charles

1951 « L'or fétiche », *Présence africaine* 10-11 : 136-155.

Royer, Patrick

1999 « Le Massa et l'eau de Moussa : cultes régionaux, “traditions” locales et sorcellerie en Afrique de l'Ouest », *Cahiers d'études africaines* 154 : 337-366.

Sarr, Felwine et Savoy, Bénédicte

2018 *Restituer le patrimoine africain*. Paris, Philippe Rey.

Snoep, Nanette Jacomijn

2005 « La production et la transformation d'un objet ethnographique africain. Le cas de la collecte des *minkisi* à la fin du xix^e siècle », in Michèle Coquet, Brigitte Derlon et Monique Jeudy-Ballini (dir.), *Les Cultures à l'œuvre : rencontres en art*. Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme/Biro : 97-120.

2006 « Jeux de miroirs », in Yves Le Fur (dir.), *D'un regard l'autre : histoire des regards européens sur l'Afrique, l'Amérique et l'Océanie*. Paris, Musée du quai Branly/RMN : 236-239.

Spooner, Brian.

1986 « Weavers and dealers: the authenticity of an oriental carpet », in Arjun Appadurai (dir.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspectives*. Cambridge, Cambridge University Press : 195-235.

Steiner, Christopher B.

1994 *African Art in Transit*. Cambridge, Cambridge University Press.

1995 « The Art of the Trade: On the Creation of Value and Authenticity in the African Art Market », in George E. Marcus et Fred R. Myers (dir.), *The Traffic in Culture*. Berkeley, University of California Press : 151-66.

1999 « Authenticity, Repetition, and the Aesthetics of Seriality: The Work of Tourist Art in the Age of Mechanical Reproduction », in Ruth B. Phillips et Christopher B. Steiner (dir.), *Unpacking Culture: Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds*. Berkeley/Los Angeles/Londres, University of California Press : 87-103.

2001 « Rights of Passage: On the Liminal Identity of Art in the Border Zone », in Fred R. Myers (dir.), *The Empire of Things: Regimes of Value and Material Culture*. Santa Fe, School of American Research Press : 207-231.

2015 « The Secret of The Masks: On the Social Construction of Power and Desire in the African Art Market », in Silvia Forni et Christopher Steiner (dir.), *Africa in the Market: Twentieth-century Art from the Amrad African Art Collection*. Toronto, Royal Ontario Museum : 147-163.

Thiel, Joseph-Franz

2008 « Au Musée de Francfort, la démarche ethnologique », *Ethnologie française* 38 (4) : 693-696.

Tobia-Chadeisson, Michèle

2000 *Le Fétiche africain : chronique d'un « malentendu »*. Paris, L'Harmattan.

Warnier, Jean-Pierre (dir.)

1994 *Le Paradoxe de la marchandise authentique : imaginaire et consommation de masse*. Paris, L'Harmattan.

Ci-contre et ouverture

Présentation d'un lot de sculptures par un antiquaire en vue de l'obtention d'une autorisation d'exportation (détail), musée national du Mali, janvier 2013, photographie Julien Bondaz.