



Études photographiques

21 | décembre 2007
Paris-New York

Harry H. Lunn, la vision du marchand

Samuel Kirszenbaum



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/1052>
ISSN : 1777-5302

Éditeur

Société française de photographie

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2007
Pagination : 30-43
ISBN : 2-911961-21-8
ISSN : 1270-9050

Référence électronique

Samuel Kirszenbaum, « Harry H. Lunn, la vision du marchand », *Études photographiques* [En ligne], 21 | décembre 2007, mis en ligne le 18 septembre 2008, consulté le 03 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/1052>

Ce document a été généré automatiquement le 3 mai 2019.

Propriété intellectuelle

Harry H. Lunn, la vision du marchand

Samuel Kirszenbaum

L'auteur tient à remercier Estelle Bories et Philippe Rozin pour leurs conseils, leur relecture et plus généralement pour leur aide inestimable, Gaëlle Morel et Thierry Gervais pour avoir permis d'affiner le propos, et François Brunet pour ses relectures successives, rigoureuses et averties. Ses remerciements s'adressent également à Amy Rule, Leslie Calmes, Harold Jones et l'équipe du Center for Creative Photography à Tucson, Arizona, ainsi qu'à la famille Lunn pour avoir facilité l'accès aux sources et aux documents iconographiques.

- 1 Dans l'historiographie de la reconnaissance institutionnelle et critique de la photographie, le rôle du marché n'a guère été étudié jusqu'ici – et celui de ses acteurs individuels encore moins¹. C'est à combler cette lacune que s'attache la présente étude, consacrée au rôle pionnier du marchand américain Harry Lunn, pivot d'un commerce transatlantique actif dans les années 1970 et 1980, dont le rôle apparaît rétrospectivement fondateur pour le processus de reconnaissance de la photographie.
- 2 Jusqu'à la fin des années 1960, le marché de la photographie est davantage le résultat d'initiatives individuelles qu'un véritable système structuré. Les différentes galeries, principalement situées à New York, connaissent des échecs car elles n'anticipent pas les évolutions de la demande et se concentrent d'une manière assez artisanale sur la valorisation d'une offre marginale². Selon Margaret Loke :
- 3 « Pendant les deux premières décennies [du siècle dernier], la galerie 291 de Stieglitz était plus une vitrine pour l'art moderne qu'une galerie de photographie. Dans les années 1930-1940, Julien Levy a montré des photographies dans sa galerie d'art new-yorkaise, mais il n'y avait pas de marché pour cela. Dans les années 1950, l'arrière-salle du *Limelight*, le café d'Helen Gee à Greenwich Village, était consacrée aux expositions de photographies et présentait le travail des grands maîtres comme Paul Strand, Robert Frank, et Imogene Cunningham. Mais même à un prix de 15 \$ [110 \$³], il ne s'en vendait que quelques-unes⁴. »
- 4 Ce n'est qu'en 1968 que Lee Witkin ouvre la première galerie commercialement viable, et il faut attendre 1971 pour qu'apparaisse Light, la première galerie exclusivement

consacrée à la photographie contemporaine, qui est dirigée par Harold Jones à partir de 1973.

- 5 Dans ce cadre, la trajectoire d'Harry Lunn (1933-1998), personnalité souvent considérée comme énigmatique, impose rétrospectivement l'image d'un pionnier dans un champ photographique alors en constitution. Jusqu'à son émergence dans ce champ, les galeries préexistantes ne fonctionnent pas encore en réseau et la valorisation des prix, des formats et des techniques, en bref, la recherche d'une réponse adéquate aux sollicitations du marché, reste pour l'essentiel très déficiente. Or Harry Lunn a transformé cette situation sur bien des aspects, en apportant notamment des notions esthétiques et une intelligence du marché à grande échelle. À cet égard, son calcul a été particulièrement radical. Pour mener à bien son entreprise, il s'est employé à mettre en place des techniques industrielles, à rapprocher le continent européen des États-Unis (notamment en partageant sa connaissance des primitifs français), tout en s'adaptant aux contraintes du marché américain, qui exigeait « un accord sur les usages et sur la définition du produit⁵ ». Les bouleversements de l'époque dans les modèles esthétiques, en particulier les interrogations sur le rôle de la photographie dans l'art, jouent dans cette période un rôle décisif dans l'activité des marchands. Harry Lunn se cale sur cette dynamique, tâche de la devancer par moments pour mettre en place un système de qualifications et des procédures propres à satisfaire les attentes des institutions qui se tournent alors vers le marché de la photographie. Notons ici que la création ou la montée en puissance des institutions dédiées à la photographie s'accompagne de la mise en place d'un discours sur le médium comme œuvre d'art⁶.
- 6 Le rôle de Lunn se situe au confluent de deux dynamiques. D'une part, les institutions publiques et privées ont une logique régulatrice qui tend à limiter l'influence du marché et de la valeur spéculative des biens échangés. De par leur fonction de collection, conservation et préservation, elles sortent des images du marché. De par leur position d'arbitre⁷, elles offrent une légitimité au standard esthétique émergent, fournissent un indice de valeur pour les images disponibles en requalifiant les œuvres photographiques acquises par elles comme œuvres d'art⁸. D'autre part, en parallèle à cette logique institutionnelle, l'autonomie que leur confère la fonction dérégulatrice du marché permet à des agents experts d'apporter une autre forme de rationalité.
- 7 Dans cette économie de marché qui se met en place, les connaissances des experts, prenant valeur de références, leur permettent d'imposer leur point de vue sur le nouvel objet photographique. C'est dans ce va-et-vient que Harry Lunn prend son importance, en diffusant sa vision de la photographie auprès des institutions. Il s'impose comme un agent rationnel et original, qui maximise son intérêt et son profit dans une dynamique purement marchande. En particulier, Lunn développe un marché transatlantique de la photographie et structure un réseau d'acteurs informés qui agissent sur la fixation des prix.
- 8 Dans cet article, nous nous penchons surtout sur les techniques de valorisation employées par Lunn pour structurer l'intelligence de l'art photographique français aux États-Unis, à travers un processus original de commercialisation des images. Nous examinons particulièrement les stratégies de "merchandisation" qu'a employées Lunn pour importer littéralement les épreuves photographiques aux États-Unis, tout en créant une dynamique qui allait contribuer à faire émerger une nouvelle génération d'acteurs et d'historiens. Ces derniers ont ainsi participé à la constitution d'une littérature d'expertise

sur le sujet photographique français en perpétuant, indirectement, la mémoire de leur promoteur.

L'histoire d'une passion

- 9 Après des études d'économie à l'université du Michigan, Harry Lunn est, de 1961 à 1963, attaché culturel à l'ambassade américaine à Paris⁹ où il découvre les estampes françaises. En février 1967, le magazine *Ramparts* publie un article détaillant les liens de la CIA avec différentes organisations étudiantes, en particulier la Foundation for Youth and Students Affairs dont Harry Lunn est le secrétaire exécutif¹⁰. Sa carrière diplomatique étant compromise, il décide de se consacrer à la vente d'œuvres d'art et ouvre sa première galerie, en 1968, à Washington, car les loyers y sont moindres comparés à ceux de New York. Là, il s'installe à Capitol Hill et commence à financer son activité par la vente de biens immobiliers. Les résultats sont prometteurs et il déménage sa galerie à Georgetown l'année suivante. Dans cette nouvelle galerie, Graphics International, il met à profit l'expérience accumulée à Paris et se spécialise dans les gravures et les lithographies françaises des XIXe et XXe siècles¹¹.
- 10 Les origines de l'intérêt que Lunn voue aux arts européens, et particulièrement à l'art français, sont assez énigmatiques. En ce qui concerne son attrait pour le médium photographique, un point est avéré cependant dans plusieurs entretiens accordés à différents médias généralistes et spécialisés : c'est initialement devant la photographie d'Ansel Adams intitulée "Moonrise, Hernandez, New Mexico" que Lunn a eu son premier coup de foudre esthétique, en 1970¹². Il commande peu après au photographe d'autres tirages du "Moonrise" et organise une première exposition dans sa galerie à Washington en 1971. Désormais, sa galerie se consacre également à la photographie. Il initie alors une nouvelle stratégie de diffusion auprès du grand public, en capitalisant des images à fort potentiel commercial, images qu'il transforme économiquement en icônes. Le rôle du tirage devient déterminant¹³ : Lunn perçoit immédiatement la valeur spéculative des clichés reproduits directement par l'artiste. Il émet le postulat que la continuation symbolique du travail esthétique par le processus commercial a un impact psychologique. La classification des objets photographiques, alliée à la raréfaction des sources, sont les clefs de voûte du système Lunn. Ainsi, la deuxième grande exposition de Lunn présente les rayogrammes de Man Ray¹⁴. Le succès commercial et public rencontré par ces expositions (10 000 \$ [53 685 \$] de recettes pour l'exposition Adams, à 150 \$ [805 \$] le tirage¹⁵) lui font prendre conscience de la nécessité de développer le marché de la photographie.

L'âge marchand

- 11 Les expositions ne peuvent néanmoins s'imposer comme une activité économique courante. Lunn fait le pari que le tirage en lui-même « peut faire l'objet d'une demande universelle¹⁶ » sur le marché. La stratégie qu'il met en place s'articule autour d'achats de fonds dans leur intégralité, majoritairement issus de successions ou acquis directement auprès des photographes. Si cette démarche relève d'une passion pour l'objet photographique qui n'a en elle-même rien à voir avec une logique de profit, Lunn va aussi soigneusement thésauriser et compléter ces ensembles plus ou moins laissés en déshérence avec la minutie du spéculateur. L'enjeu est de taille : en monopolisant les

biens disponibles, il va se constituer en expert, pour devenir un intervenant incontournable dans un marché alors éclaté¹⁷.

- 12 Lunn réalise rapidement que d'importants ensembles de photographes sont disponibles. Il acquiert en particulier ceux de Lewis Hine en 1973-1974 (5 500 tirages), de Walker Evans en 1975 (plus de 5 000 tirages), participe à l'acquisition des archives d'Eugène Atget tirées par Berenice Abbott (en association avec la galerie Marlborough), et prend le monopole des 1 600 épreuves de Robert Frank en 1977¹⁸. Il en va de même pour des centaines de tirages d'Heinrich Kühn et d'Edward Steichen.
- 13 « Il a réussi son coup en parvenant à acquérir des collections auxquelles personne d'autre n'avait accès, ou en étant la source exclusive pour certains des artistes les plus importants, de leur vivant ou *via* leur succession. De fait, son lieu d'activité n'avait plus d'importance, à partir du moment où il avait accès à un téléphone et un transporteur¹⁹. »

Le marchand et l'expert

- 14 Durant cette période, Harry Lunn comprend l'importance de se constituer en référent pour être en mesure de qualifier les différents types d'objets photographiques, par nécessité de transparence envers l'acheteur et pour mieux valoriser les œuvres. Il se place donc opportunément sur le marché de l'expertise pour être le mieux placé afin d'évaluer les différents types de tirages qu'un même artiste a produits. Que ce soit seul dans le cas de Diane Arbus, ou en association avec la galerie Marlborough dans le cas de Brassai, il représente les successions de ces artistes de manière exclusive²⁰.
- 15 Lunn tend à substituer au marché local de la galerie une certaine forme de transaction globale qui dépasse le cadre étroit d'une clientèle restreinte de passionnés. Pour Robert Mann, qui a travaillé dans la galerie d'Harry Lunn de 1977 à 1983 et qui a ouvert en 1985 sa propre galerie, cette logique de rachat massif des lots de photographies s'explique par un facteur précis : quelle que soit la qualité des expositions présentées, l'économie de la galerie ne pouvait pas survivre comme commerce de détail à Washington. Pour Mann, en effet, « l'art n'est pas considéré comme une nécessité mais comme un luxe dans cette ville où la première activité reste la politique²¹ ». Lunn déplace le centre de gravité de son activité principale en amont : c'est en s'imposant comme un « grossiste en images », susceptible d'approvisionner le tissu économique naissant des galeries aux États-Unis, qu'il a favorisé la croissance économique de son activité. Lunn a compris que les galeries américaines ne fonctionnent pas encore, au milieu des années 1970, en réseau et permet aux jeunes galeristes enthousiastes et relativement peu expérimentés de démarrer leur activité en leur consignnant des œuvres, ceci afin d'élargir sa base d'acheteurs. C'est en 1978 que l'on peut saisir l'influence que Lunn commence à exercer sur les structures mêmes de ce secteur d'activité. Il va en effet progressivement transformer ces structures en créant des réseaux économiques puissants et des « autorités extérieures²² » qui contribueront à transformer des démarches plutôt artisanales en transactions économiques standardisées et économiquement très profitables.

Jugement esthétique et calcul d'entrepreneur

- 16 En 1975, Ansel Adams annonce qu'il n'honorera plus de commandes d'épreuves tirées par lui-même passées après le 1^{er} janvier 1976²³. Une nouvelle étape est franchie par Harry

Lunn qui, ayant rassemblé 300 000 \$ [1 267 540 \$]²⁴ pour en acheter le maximum, réussit à en acquérir 1 060²⁵ sur les quelque 3 000 commandées. L'objet de son intérêt est là encore l'épreuve originale réalisée par l'artiste, objet qui passe progressivement du statut de bien artistique à la catégorie du bien économique convoité. Ainsi Lunn gagne-t-il le contrôle des prix lors des ventes. Il applique par la suite le même principe aux fonds Evans, Frank, Arbus et Abbott, en vendant un nombre limité de tirages par période afin d'augmenter la valeur unitaire de chaque tirage chaque année²⁶. Dans ces fonds prestigieux, Lunn opère une première sélection qu'il propose à l'institution ou au collectionneur susceptibles d'être intéressés par des œuvres spécifiques. Dans un second temps, il suscite de nouvelles attentions. En effet, certains investisseurs vont reconnaître dans ces nouveaux objets de marché le moyen de spéculer. D'autres y verront une reconnaissance artistique de la photographie et s'empresseront de les acquérir pour apparaître comme de fins connaisseurs.

- 17 La rareté d'une image, obtenue en limitant sa production, tend à exciter d'autres appétits. Le marché va désormais connaître une multitude de clichés photographiques qualifiés et certifiés en sous-catégories économiques instaurant un rapport multiple et complexe à la valeur. Ces subtiles distinctions entre les différentes catégories de tirages sont décrites de la manière suivante, en 2006, par les économistes Nathalie Moureau et Dominique Sagot-Duvaurox :

« Le vintage, tirage contemporain à la prise de vue, fait par le photographe ou sous son contrôle direct²⁷,

« Le tirage original fait à partir du négatif original mais qui peut être fait postérieurement par le photographe ou sous son contrôle²⁸,

« Le retraitage, tirage effectué après la mort de l'auteur à partir du négatif original,

« Le contretype, obtenu à partir d'une épreuve photographique rephotographiée²⁹ ;

« À cette distinction s'ajoute une classification en fonction de la destination du tirage. Sont ainsi distingués :

« Épreuves de lecture, tirage intermédiaire réalisé par le photographe avant le tirage définitif,

« Tirages de presse, destinés aux entreprises de presse en vue de la publication,

« Tirage définitif, dont la fonction est normalement l'exposition et qui constitue l'œuvre finie (taille, contraste, etc.),

« Enfin ces différents types de tirages peuvent être signés et numérotés.

« Chacun de ces critères contribue à créer des raretés sur un marché de multiples. Ils permettent à la photographie de se rapprocher de "la rareté la plus rare", celle des œuvres d'art [Moulin, 1978]³⁰. »

- 18 Lunn est également l'un des premiers marchands à avoir incité les photographes à numéroter et à contrôler le nombre de tirages afin d'en augmenter la valeur. Il comprend que pour séduire et rassurer un public méfiant face aux possibilités infinies de reproduction d'un négatif, il faut établir cet artifice des tirages limités et numérotés. Ce faisant, il s'inscrit dans la tradition des historiens, marchands et collectionneurs qui réfutent l'idée de Walter Benjamin, jugée réductrice, selon laquelle un tirage ne serait qu'une exécution mécanique, reproductible à l'infini. Peter Bunnell, premier titulaire de la première chaire d'histoire de la photographie et d'art moderne à l'université de Princeton, déclarait ainsi en 1976 que « la photographie est un médium extrêmement limité même s'il a l'apparence d'être infini³¹ ».
- 19 D'autre part, c'est à cette époque que Lunn publie des catalogues luxueux comme *19th and 20th Century Photographs* (1976), avec un texte de présentation écrit par celui qui était à l'époque son stagiaire, Peter Galassi³². Il est l'un des plus fervents éditeurs de portfolios

en édition limitée, dont ceux de William Eggleston (*14 pictures*, 1973), James Van der Zee (*Van der Zee*, 1974) et Robert Mapplethorpe (*X, Y, Z*, 1978, en association avec Robert Miller et Robert Self). Ces divers procédés permettent à Harry Lunn de faire entrer la photographie appliquée dans l'orbite des beaux-arts, en « adoptant les conventions du marché de l'art³³ ». En « rédui[sant] le contexte d'incertitude élevée³⁴ », ils permettent aux acheteurs encore méfiants de reconnaître le médium comme expression artistique à part entière.

L'officialisation des réseaux

- 20 Un événement majeur consacre l'avènement du médium photographique : la création de l'AIPAD (Association of International Photography and Art Dealers) en 1978. Cette organisation se consacre au développement et au soutien de standards de qualité dans les domaines de l'exposition, l'achat et la vente de photographies d'art. Le processus de légitimation de la photographie entre alors dans un âge adulte ; ceci permet en retour à Lunn de promouvoir à une échelle encore plus large le médium photographique. Des institutions comme la National Portrait Gallery, le Metropolitan, le Centre canadien d'architecture Phyllis-Lambert et le Victoria and Albert Museum, ainsi que de nombreux collectionneurs privés et des entreprises comme la Gilman Paper Company ou Seagram accueillent désormais des collections photographiques d'envergure. Pour les institutions, l'AIPAD apporte un gage de sécurité quant à la valeur des œuvres qui s'ajoute au savoir-faire de Lunn. Celui-ci est le premier marchand de photographies à devenir membre de l'Art Dealer's Association of America, le premier et le seul à la Foire de Bâle en 1974, ainsi qu'un des trois exposants à présenter exclusivement de la photographie à l'Armory Show³⁵.
- 21 En 1983, Harry Lunn anticipe les changements du marché et s'installe à New York où il reçoit sa clientèle sur rendez-vous. Il développe son activité de conseil tout en continuant d'assister aux ventes françaises à Drouot, en tant qu'acheteur comme en tant qu'expert. Sa femme se souvient que : « Lorsqu'il y avait une vente de photographies, les commissaires-priseurs lui prêtaient des albums et des tirages de la future vente, qu'il pouvait emporter pour les montrer aux clients américains qui passaient par [son] domicile, quai Voltaire³⁶. »
- 22 De fait, dans les années 1980, la famille Lunn s'installe à Paris et Harry Lunn fait la navette entre la France et les États-Unis pour diffuser aux États-Unis les photographes français qu'il a découverts – et inversement. Durant cette période, le marchand renforce ses relations avec des conservateurs français tels que Françoise Heilbrun et Philippe Néagu au musée d'Orsay. Selon Françoise Heilbrun³⁷, la relation transatlantique marche dans les deux sens : d'une part, les sources, considérables en France, partent vers les États-Unis, et inversement, le musée d'Orsay achète du matériel venant des États-Unis, comme un double portrait de Steichen et sa femme, des épreuves d'Heinrich Kühn ou un numéro de la revue *291* qui appartenait à Paul Haviland³⁸. Selon Robert Mann :
- 23 « New York et Paris étaient deux des sources les plus établies en ce qui concerne les expositions et les ventes d'objets photographiques. De plus Harry [Lunn] cultivait un fantastique réseau mondial de têtes chercheuses, ceux qui effectuent un travail de fourmi et, surtout, ceux qui trouvent les objets. [Il] était celui qui provoquait les occasions et qui les finançait. Ces têtes chercheuses avaient autant besoin de lui que lui d'eux. [...] Il y avait notamment plusieurs personnes, bien formées par Harry [Lunn], qui lui ramenaient

les œuvres ou les ensembles d'œuvres. C'est surtout pour cela qu'il avait besoin d'être sur place, au-delà du fait qu'il se sentait bien à Paris, qu'il s'y sentait chez lui³⁹. »

- 24 Harry Lunn travaille également avec plusieurs galeries françaises, comme la galerie Texbraun, animée par Hughes Autexier et François Braunschweig, et dont « on ne dira jamais assez le rôle déterminant qu'elle a tenu dans la reconnaissance de la photographie en France, [qui] aura été de défendre autant des auteurs français du XIX^e que des Américains des années 1910 à nos jours⁴⁰ ». Il travaille également avec la galerie Baudoin Lebon⁴¹ et découvre de nouvelles affinités auprès de collectionneurs avisés comme Roger Therond⁴². Il prête son expertise à l'étude Beaussant-Lefèvre à Paris lors de plusieurs ventes majeures de photographies du XIX^e siècle entre 1993 et 1998⁴³. En aidant à l'élaboration des catalogues et à leur diffusion auprès des collectionneurs, il apporte ainsi un rayonnement international à des ventes comme celles des albums de Gustave Le Gray en 1994 et 1995, et jusqu'en 1998⁴⁴. En 1996, enfin, Rik Gadella crée Paris Photo, un projet pour lequel Harry Lunn mobilise son énergie et ses contacts. Lunn est de ceux qui incitent les plus grandes galeries américaines, comme les marchands indépendants, à participer à cette première foire française entièrement dévolue à la photographie. Selon lui, cet événement doit être « une manière d'élever le profil de la photographie⁴⁵ ».
- 25 Au terme de cette étude, force est d'admettre que l'évaluation du rôle historique exact de l'individu Harry Lunn dans les transformations de la photographie reste problématique. D'un côté, ce rôle apparaît incontestable et éminent. Lunn a contribué à structurer un marché et à la normalisation des « règles régulatrices⁴⁶ » toujours valables actuellement. Il a également participé à la création des premières « instances de légitimation⁴⁷ », et rapproché les marchés et les photographes américains et européens, dont il a facilité la publication de catalogues d'exposition. Il a également puissamment contribué à définir le fructueux système de qualification des tirages, notamment en valorisant le tirage vintage comme épreuve originelle, qui a ensuite décuplé l'impact des images consacrées ou « icôniques » des grands noms de la photographie. Dans la continuité de son action de pionnier, Lunn a suscité des vocations considérables dans l'histoire de la photographie en se faisant le père nourricier d'une école d'experts américains de réputation internationale en photographie. Le marchand a amassé et diffusé des savoirs et des méthodes, en particulier dans le domaine des techniques utilisées par les primitifs français, désormais incontournables. En façonnant un système original d'évaluation des œuvres, il a contribué à construire et organiser un marché à partir duquel se sont épanouies différentes pratiques commerciales et artistiques importantes pour la photographie. Lunn a élaboré un catalogue déterminant de valeurs et de jugements qui a contribué à la reconnaissance de la photographie au sein des beaux-arts. La relation trans atlantique a été le catalyseur de cette transformation. C'est grâce aux nombreuses sources présentes dans les deux continents, ainsi qu'aux œuvres qui alors étaient encore largement disponibles, qu'il a pu constituer son expertise et la mettre au service de nombreuses institutions américaines comme françaises.
- 26 Mais d'un autre côté, Lunn ne peut-il pas être considéré comme le résultat, l'acteur superficiel, voire le simple symptôme d'une dynamique économique et culturelle très puissante qui visait, indépendamment de lui, à faire entrer la photographie dans le marché de l'art ? N'est-il pas, au fond, le « chaînon manquant » entre un monde ancien, formé de galeries artisanales travaillant sur des amitiés dans des communautés de publics passionnés, et un modèle plus « moderne » et plus global de marché, n'admettant que des transactions fondées sur une alimentation d'œuvres et de tirages très soigneusement

stratifiés ? Ce débat est, en un sens, celui du rapport entre l'individuel et le collectif ; il ne manque pas de susciter des interrogations insistantes. Notre conviction est cependant que, pour autant que l'histoire de la photographie accepte de se pencher sur son versant commercial, elle doit prendre en considération du même coup des individualités de la stature d'un Harry Lunn.

NOTES

1. La plupart des ouvrages abordant le sujet du marché le font sous l'angle de la collection et sont destinés aux collectionneurs, novices ou chevronnés. On peut citer ici l'ouvrage de Landt et Lisl DENNIS, *Collecting Photographs: A guide to the new art boom*, New York, Button, 1977, ou encore ce qui reste une des références du genre, Lee WITKIN et Barbara LONDON, *The Photograph Collector's Guide*, Boston, New York Graphic Society, 1979. Les rares ouvrages traitant du marché et non destinés aux collectionneurs considèrent plus le sujet d'un point de vue économique et/ou dans sa globalité. Citons ici les ouvrages fondamentaux de Raymonde MOULIN, *L'Artiste, l'institution et le marché*, Paris, Flammarion, 1992, celui de Serge GUILBAUT, *Comment New York vola l'idée d'art moderne: expressionnisme abstrait, liberté et guerre froide*, Paris, Hachette Littérature, 2006, celui de Nathalie MOUREAU et Dominique SAGOT-DUVAUROUX, *Le Marché de l'art contemporain*, Paris, La Découverte, 2006, et celui de Sylvie PFLIEGER et D. SAGOT-DUVAUROUX, *Le Marché des tirages photographiques*, Paris, La Documentation française, 1994. Enfin, certaines biographies nous permettent de mieux comprendre les individus et les interactions entre les différents acteurs du monde de la photographie, comme celle d'Helen GEE, *Limelight, a Greenwich Village Photography Gallery and Coffeeshop in the Fifties: a Memoir*, Albuquerque, University of New Mexico Press, 1997, mais elles restent rares.

2. N. MOUREAU et D. SAGOT-DUVAUROUX, "La construction sociale d'un marché : le cas du marché des tirages photographiques", in François EYMARD-DUVERNAY, *L'Économie des conventions, méthodes et résultats*, t. 2, Paris, La Découverte, 2006, p. 45-61.

3. Sur la conversion des prix, l'indicateur de référence du pouvoir d'achat (afin d'exprimer les valeurs en dollars constants pour rendre les données plus lisibles) est celui du US Department of Labor, Bureau of Labor Statistics (valeurs exprimées en dollars de juillet 2007. <http://data.bls.gov/cgi-bin/cpicalc.pl>). En ce qui concerne les prix en francs, l'indicateur de référence est celui de l'Insee (valeurs exprimées en euros de 2006). <http://www.insee.fr/fr/indicateur/achatfranc.htm>. Ces valeurs apparaîtront entre crochets après la valeur telle qu'elle figure dans la citation et arrondies à l'unité.

4. Margaret Loke, "Harry Lunn Jr., 65, Art Dealer Who Championed Photography", *The New York Times*, 24 août 1998, Section A, p. 15.

5. N. MOUREAU et D. SAGOT-DUVAUROUX, *op. cit.*

6. John SZARKOWSKI, *The Photographer's Eye*, New York, The Museum of Modern Art, 1966, p. 4.

7. Christopher PHILLIPS, "The Judgement Seat of Photography", in Richard BOLTON, *The Contest of Meaning, Critical Histories of Photography*, Cambridge, Massachusetts, MIT Press, 1989, p. 15-48.

8. N. MOUREAU et D. SAGOT-DUVAUROUX, *op. cit.* À ce propos, Harry Lunn, en parlant de l'impact du rachat massif par le Getty de plusieurs collections majeures pour un montant de 20 000 000 \$ [40 022 521 \$] déclare en 1987 : « De nombreuses pièces ont été retirées du marché, et par

conséquence ce qui restait est devenu encore plus précieux », in Michelle BOGRE, "Harry Lunn", *American Photographer*, mars 1987, p. 72.

9. Elisabeth BUMILLER, "Images of Harry Lunn", *The Washington Post*, mardi 5 août 1980, p. B9.

10. Sol STERN, "A Short Account of International Student Politics and the Cold War with Particular Reference to the NSA, CIA, etc.", *Ramparts*, mars 1967, p. 29-38.

11. Peter HAY HALPERT, "Pioneering Giant of Photography World Dies. Harry H. Lunn, Jr., 1933-1998", *The Photograph Collector*, Vol. XIX, Nos 8-9, 15 septembre 1998, p. 1.

12. Stephen ROSOFF, "The Dealer Who Came in From the Cold", *Michigan Alumnus*, vol. 96, n° 6, juillet-août 1990, p. 27.

13. Levy et Abbott se lancent dans un commerce de tirages des images d'Atget, voir l'article de Gaëlle MOREL dans ce numéro, "Un marchand sans marché, Julien Levy et la photographie", p. 6-29.

14. Cette exposition a été organisée par Harry Lunn en association avec Timothy Baum, qui deviendra par la suite un des experts de Man Ray et un personnage incontournable en ce qui concerne Dada et l'art surréaliste.

15. M. LOKE, *op. cit.*

16. Alfred MARSHALL, *Principes d'économie publique*, Paris, Giard et Brière, 1909, in N. MOUREAU et D. SAGOT-DUVAUROUX, *op. cit.*

17. Selon Peter Hay Halpert, lors de la première vente aux enchères photographique de Sotheby's à Londres en 1972, il fait ainsi l'acquisition de près de 25 % en volume et devient ensuite l'un des acteurs majeurs des ventes de Sotheby's et de Christie's à New York comme à Londres.

18. P. HAY HALPERT, *op. cit.*, p. 2.

19. Entretien avec Robert Mann, 29 août 2007.

20. P. HAY HALPERT, *op. cit.*, p. 2.

21. Entretien avec R. Mann, 29 août 2007.

22. N. MOUREAU et D. SAGOT-DUVAUROUX, *op. cit.*

23. Richard BLODGETT, "Blow Up – The Story of Photography in Today's Art Market", *The New York Times*, dimanche 12 octobre 1975, p. 37.

24. P. HAY HALPERT, *op. cit.*, p. 2.

25. E. BUMILLER, art. cit.

26. Lors du colloque "Photographic Collecting, Past and Present, in the United States, Canada and Europe", organisé par l'International Museum of Photography à Rochester les 12, 13 et 14 octobre 1978, Harry Lunn fit une communication qui avait pour titre "La création de la rareté". En introduction, il raconte cette fable : « Je vais vous raconter une histoire à propos de deux timbres d'une valeur de un million de dollars chacun. Que fit le marchand ? Il brûla l'un des deux. Pour celui qui restait, désormais unique, il fixa un nouveau prix : trois millions de dollars. », in Mark HAWORTH-BOOTH, "Wheeling and Dealing at Rochester", *Aperture 82*, juin 1979, p. 6.

27. Ce sont ceux qui sont les plus recherchés, donc ceux qui ont le plus de valeur, en particulier si l'artiste est décédé et/ou si le négatif servant de matrice a disparu.

28. Cette épreuve correspond à une autre vision de l'artiste au moment où le cliché a été réalisé. On se retrouve ainsi avec plusieurs interprétations qui peuvent être radicalement différentes. Un cas exemplaire évoqué par Ann Tucker lors du colloque "Enjeux et mœurs du marché de la photographie" au sein des Rencontres d'Arles, 4-6 juillet 2007, est celui d'Irving Penn. Celui-ci a toujours souhaité réaliser ses propres tirages parmi lesquels certaines interprétations diffèrent tellement qu'il devient impossible de parler de tirage vintage, ou même de tirage de référence tant ceux-ci sont autant d'exemplaires uniques et correspondant à des périodes différentes de sa maturité artistique. Un autre exemple pertinent est celui cité par Denis CANGUILHEM dans sa "Note sur l'état du marché de la photographie français" publiée dans le n° 5 d'*Études photographiques*, p.141-145, « La valeur d'une même épreuve peut ainsi décupler en fonction de la qualité du

tirage. “Le vapeur” de Le Gray, adjugé 565 000 F [99 084 €] (...) le 18 octobre 1997, s'était vendu 35 000 F [6 138 €] en mars 1997 dans une version, il est vrai, moins contrastée. »

29. On peut ajouter à cela de nombreuses entreprises de popularisation du médium, dont celle décrite par *Popular Photography* en 1971, “Low-cost print collecting gets a new boost”, qui permettait aux amateurs peu fortunés d'acheter un portfolio de photographies de Duane Michals, Edward Weston, ou encore Arthur Freed. Ces portfolios n'étaient pas constitués de tirages originaux mais « d'excellentes reproductions obtenues par la technique de la gravure, la meilleure technique de reproduction connue à ce jour ».

30. N. MOUREAU et D. SAGOT-DUVAUROUX, *op. cit.*

31. Ann JARMUSH, “What Makes a Photograph Great?”, *Today*, 1976, p. 28-29.

32. Actuellement conservateur en chef du département de Photographie au MoMA.

33. N. MOUREAU et D. SAGOT-DUVAUROUX, *op. cit.*

34. *Ibid.*

35. P. HAY HALPERT, *op. cit.*

36. Entretien avec Myriam Lunn, 20 mars 2007.

37. Actuelle conservatrice en chef au musée d'Orsay.

38. Entretien avec Françoise Heilbrun, 13 novembre 2006.

39. Entretien avec R. Mann, 29 août 2007.

40. Michel GUERRIN, “Harry Lunn, un actif marchand de photographies”, *Le Monde*, mercredi 26 août 1998, p. 10. En dehors des bribes d'informations présentées ici, peu d'éléments sont disponibles à ce jour concernant la galerie Texbraun, Hughes Autexier ou François Braunschweig.

41. La galerie Beaudoin Lebon représente actuellement le fonds Harry Lunn.

42. Entretien avec Jean-Jacques Naudet, 17 mai 2006.

43. Catalogues des ventes publiques du 31 mars 1993 et du 13 décembre 1995, Paris, Drouot.

44. Souren MELIKIAN, “New Names, Old Scenes From Early Photography: Crossing the Last Frontier”, *International Herald Tribune*, samedi 13 juin 1998, n. p.

45. P. HAY HALPERT, *op. cit.*, p. 3.

46. N. MOUREAU et D. SAGOT-DUVAUROUX, *op. cit.*

47. R. MOULIN, *L'Artiste, l'institution et le marché*, *op. cit.*

AUTEUR

SAMUEL KIRSZENBAUM

Université Paris 7