

Patrimoine, musée et marché de l'art

**ECTS** : 3

**Description du contenu de l'enseignement :**

La première partie du cours est consacrée au patrimoine, aux musées et au tourisme culturel. Les secteurs muséaux et patrimoniaux sont en perpétuelle évolution, la situation économique et la crise sanitaire ont accéléré certaines transformations et ont changé un grand nombre de pratiques, tant du côté de l'institution que de celui des publics. Après avoir questionné la notion de patrimoine et de musée historiquement et conceptuellement, ce cours a pour objectif de présenter les enjeux contemporains des institutions de ces secteurs, enjeux économiques bien sûr, mais aussi liés à la numérisation (tant des collections que des interactions avec les publics) ou à l'impact écologique du tourisme. Les étudiants seront amenés à appréhender ces enjeux, qui peuvent être contradictoires, et à en mesurer l'importance dans une stratégie et une politique patrimoniales.

La seconde partie du cours est dédiée au marché de l'art. Il s'agira de comprendre la physionomie et les mécanismes du marché de l'art en abordant ses points essentiels. Les étudiants découvriront la réalité d'un marché dont l'existence est le fruit d'une construction économique et sociale originale. L'art est un bien ambivalent, de nature à la fois économique et culturelle. La communication du marché de l'art est le jeu de stratégies de la part de ses acteurs qui gênent la compréhension de son fonctionnement. Ce cours donne les clés de compréhension de ce marché relativement opaque en présentant ses différentes facettes :

- son histoire,
- sa physionomie (taille, géographie, segmentation...),
- ses évolutions,
- ses principaux acteurs et leurs stratégies (galeries, maisons de ventes aux enchères, places de marché, experts, conservateurs etc.),
- ses enjeux contemporains (par exemple : la vente d'art numérique, le développement durable, la traçabilité des œuvres et transactions, l'avènement de l'IA générative...)
- sa réglementation et les mécanismes qui régissent les transactions et la fixation des prix

**Compétence à acquérir :**

- Comprendre les origines de la notion de patrimoine et la naissance des musées, et leur impact sur le fonctionnement du secteur aujourd'hui
- Comprendre les évolutions des modèles de financement du patrimoine (mécénat, philanthropie, développement des ressources propres, création d'antennes, développement d'une marque)
- Analyser les enjeux de la fréquentation et de la stratégie de développement des publics
- Comprendre l'importance du tourisme sur le secteur et l'économie en général
- Comprendre l'impact du numérique sur ces secteurs tant in situ que dans les stratégies de développement de contenu et le rapport aux publics
- Comprendre l'écosystème et les mécanismes du marché de l'art

**Mode de contrôle des connaissances :**

Dossier à rendre

**Bibliographie, lectures recommandées :**

- ART BASEL & UBS, Arts economics (Dr. Clare McAndrew), The Art Market Report 2024
- Ballarini, Marie. Bibliographie commentée DISPOSITIFS IMMERSIFS  
[https://drive.google.com/file/d/1Ccan5\\_7V\\_9coyhO4p\\_3S-dS\\_dYNBdmmz/view](https://drive.google.com/file/d/1Ccan5_7V_9coyhO4p_3S-dS_dYNBdmmz/view)
- Baujard, Corinne. « Numérisation du patrimoine culturel et stratégie managériale des musées », Management des technologies organisationnelles, vol. 7, no. 2, 2017, pp. 69-78.
- Becker H. S. (1982) Les mondes de l'art réédité depuis 2006 dans la collection Champs Flammarion

- Cameron, Sylvie et Tobelem, Jean-Michel (dir.), 2013, Art et gestion de l'art. Leadership et institutions culturelles, éditions Liber, Montréal.
- Colbert, François & Martin, Dan J. (ed.), 2008, Marketing Planning for Culture and the Arts, HEC Montreal.
- Conseil des Maisons de Ventes, Les nouvelles tendances du marché de l'art, Les ventes aux enchères en France et à l'international en 2023, Beaux-Arts Editions.
- Gombrich Ernst H. (1950) Histoire de l'art réédité chez Phaidon
- Kotler, Neil et Kotler, Philip, 1998, Museum Strategy and Marketing, Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources, Jossey-Bass Publishers, San Francisco.
- Millet Catherine (2021), L'art contemporain, collection Champs Flammarion
- Moulin Raymonde (2009), L'artiste, l'institution et le marché, collection Champs, Flammarion
- Moureau N. et Sagot-Duvauroux D. (2006), Le marché de l'art contemporain, Edition La découverte.
- Poulot, Dominique. Une histoire du patrimoine en Occident (XVIIIe-XXIe siècle): du monument aux valeurs. Presses universitaires de France, 2015.
- Quemin Alain (2021), Le monde des galeries, CNRS Editions
- Schmitt J.M. (2008), Le marché de l'art, La Documentation française.
- Tobelem, Jean-Michel, 2017, La gestion des institutions culturelles. Musées, patrimoine, centres d'art, Armand Colin, Paris.

**Document susceptible de mise à jour - 02/04/2026**

**Université Paris Dauphine - PSL** - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16