Le catalogue d’exposition et les galeries d’art (Lyon, 4-5 Jun 26)

MSH Lyon, 04.–05.06.2026
Eingabeschluss : 27.02.2026

Alice Ensabella, Paris

Cette journée s’inscrit dans le cadre de la série de journées d’étude consacrées depuis 2023 à l’étude du catalogue d’exposition comme objet d’étude en soi, dans ses dimensions historique, matérielle et culturelle. Après avoir défini cet objet éditorial dans sa diversité (L’exposition à l’ouvrage. Histoire, formes et enjeux du catalogue d’exposition, 2023, publication 2025 : https://hicsa.pantheonsorbonne.fr/collection-histoire-lart-contemporain#Catalogues), envisagé dans son rapport à l’histoire (Le catalogue d’exposition : un objet dans l’histoire ?, 2024), puis avoir examiné les relations que les artistes entretiennent avec lui (Les artistes face au catalogue d’exposition, 2025) et le rôle du catalogue d’exposition dans les institutions hors beaux-arts (Autres objets, autres enjeux ? Les catalogues d’exposition hors du champ des arts visuels, 2025), cette cinquième journée propose d’explorer un autre champ essentiel : celui des galeries d’art.

Lieu d’exposition, d’expérimentation curatoriale, espace marchand et souvent lieu d’édition, la galerie d’art occupe une position singulière dans la production et la diffusion du catalogue d’exposition. En ce sens, elle représente un terrain privilégié pour étudier les rapports entre création artistique, marché, critique et édition.
Cette journée d’étude vise à interroger la manière dont les galeries d’art, du XIX au XXI siècle, ont contribué à façonner les formes, les usages et les significations du catalogue d’exposition, à travers des approches historiques, économiques, sociologiques, esthétiques ou éditoriales. Elle s’ouvrira à une géographie et une temporalité larges, incluant les galeries d’art ancien, d’art « primitif », d’art décoratif, de design ou d’art contemporain, à une échelle mondialisée.

Seront notamment bienvenues les propositions qui aborderont les axes suivants, sans que ceux-ci soient exclusifs :

- Économie et politiques du catalogue d’exposition des galeries
Quelles logiques marchandes, quels modèles éditoriaux et quelles stratégies de légitimation se jouent dans la production de catalogues conçus pour accompagner la présentation des artistes et/ou des ateliers, mais aussi pour en promouvoir et en vendre l’œuvre ? Quelle place ces publications occupent-elles dans la stratégie commerciale d’une galerie dans son activité intra et hors les murs (par exemple aujourd’hui dans les foires) ? Quel rôle jouent-elles pour les acheteur:ses et collectionneur:ses ? Comment la place du catalogue d’exposition change-t-elle selon le modèle économique adopté par la galerie ? Ces enjeux ont-ils une incidence sur la forme même du catalogue ? Des formes de publication alternatives au catalogue ont-elles été privilégiées par des galeries ? Les coéditions de catalogues galeries sont-elles fréquentes pour

les galeries ?

- Auteur:rices, prescripteur:rices et collaborations
L'idée d'une collaboration étroite qui serait installée dès la seconde moitié du XIX siècle entre marchands et critiques d'art afin de légitimer et de promouvoir les artistes représenté:es dans les galeries (le système « marchand/critique » théorisé notamment par H. et C. White) a récemment été nuancée dans sa chronologie. Pour autant, les auteur:rices des textes figurant dans les catalogues deviennent bien partie prenante des stratégies mises en œuvre autour de ces objets éditoriaux.
Dès lors, dans quelle mesure l'étude des catalogues d'exposition peut-elle permettre d'interroger le fonctionnement et la chronologie de ce système « marchand-critique » ? Quelle place occupent alors les critiques, historien·nes de l'art, galeristes ou artistes qui signent les textes de catalogue ? Quelle autorité ou quel pouvoir prescriptif leur est conféré ? Comment, en retour, peuvent se redessiner les rapports de force ou les complicités entre galeries et artistes et/ou ateliers dans la conception éditoriale du catalogue d'exposition ? La place d'un:e artiste dans la conception d'un catalogue est-elle différente pour une exposition dans une galerie et dans un musée ?

- Éditions de galeries et innovations formelles
La galerie d'art peut être envisagée comme un véritable laboratoire d'expérimentation, non seulement en matière de nouveautés artistiques, mais aussi dans les modes d'accrochage et de présentation des œuvres. Le catalogue d'exposition, prolongement éditorial de cette dynamique, devient alors à son tour un terrain d'exploration formelle et graphique, un laboratoire éditorial où se développent des démarches novatrices. Certaines galeries sont ainsi allées jusqu'à créer leur propre maison d'édition.
Quelles expérimentations typographiques, graphiques ou narratives émergent dans ces catalogues ? La liberté graphique est-elle plus grande que pour des catalogues d'exposition muséaux ? Dans quelle mesure ces publications participent-elles à la construction d'une identité visuelle et symbolique des galeries elles-mêmes ?

- Circulations, réseaux et historiographie
Alors que les musées sont considérés comme des lieux de légitimation de l'œuvre d'art et leurs expositions comme les jalons d'une histoire de l'art, les catalogues participent non seulement à la reconnaissance des artistes mais également à la construction d'une histoire de l'art. Quelles en sont les modalités et les enjeux ? Comment les catalogues de galeries s'inscrivent-ils dans la recherche de provenance et comment y participent-ils ? Enfin, alors que les galeries proposent un maillage territorial spécifique qui n'est pas forcément celui des musées, alors que les succursales contribuent à poser différemment la question des circulations artistiques, quelle place accorder aux catalogues d'exposition dans les approches transnationales et dans les études sur la mondialisation du marché de l'art ?

Modalités de soumission
Les propositions de communication (3 000 signes maximum, espaces compris), accompagnées d'une courte notice biographique, sont à envoyer avant le 27 février 2026 aux adresses suivantes : alice.ensabella@univ-grenoble-alpes.fr ; marie.gispert@univ-grenoble-alpes.fr
Les communications pourront être présentées en français ou en anglais.
La journée se tiendra les 4 et 5 juin 2026 à la MSH de Lyon.

Comité d’organisation

Alice Ensabella (Université Grenoble Alpes / LARHRA)
Mica Gherghescu (Centre Pompidou, Bibliothèque Kandinsky)
Marie Gispert (Université Grenoble Alpes / LARHRA)
Hélène Trespeuch (Université Bordeaux Montaigne, Centre François-George Pariset)

Organisée par l’Université Grenoble Alpes / LARHRA (Laboratoire de Recherche Historique Rhône-Alpes), l’Université Bordeaux Montaigne / Centre François-Georges Pariset et le Centre Pompidou (Bibliothèque Kandinsky)

Comité scientifique

Felicity Bodenstein (Sorbonne Université / Centre André Chastel)
Alice Ensabella (Université Grenoble Alpes / LARHRA)
Mica Gherghescu (Centre Pompidou, Bibliothèque Kandinsky)
Marie Gispert (Université Grenoble Alpes / LARHRA)
Camille Mestdagh (Mobilier National)
Nathalie Moureau (Université Paul Valéry Montpellier 3 / ART-Dev)
Hélène Trespeuch ((Université Bordeaux Montaigne, Centre François-George Pariset)
Julie Verlaine (Université de Tours / CETHIS)

Quellennachweis:

CFP: Le catalogue d’exposition et les galeries d’art (Lyon, 4-5 Jun 26). In: ArtHist.net, 17.12.2025. Letzter Zugriff 23.11.2026. <https://arthist.net/archive/51357>.