

## EN AVANT-PREMIÈRE DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2015,

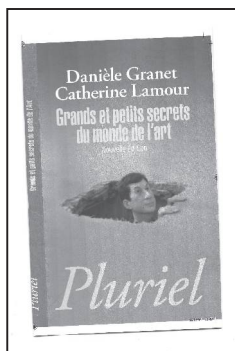
Madame Danièle GRANET, journaliste/auteur  
a présenté une conférence intitulée :

### LE MONDE DE L'ART BUSINESS

L'entretien ci-dessous, mené par notre consœur Hélène QUEUILLE,  
Vice-présidente de la Critique Parisienne, fait suite à cette présentation.

### LES COULISSES DE L'«ART BUSINESS»

Notre vocation est « *de défendre la culture française, de suivre les bouleversements artistiques* » mais nous ne sommes pas à abri des évolutions du marché culturel mondial. Depuis une



vingtaine d'années une lame de fond est venue déstabiliser le monde de l'Art contemporain.

La sortie de l'ouvrage « Grands et Petits secrets du monde de l'art » (1), a été l'occasion de faire le point sur l'art mondialisé et ses conséquences.

- Hélène Queuille : Qu'est ce que l'art business ?

- Danièle Granet : La formule est utilisée pour définir un tout petit segment du marché de l'art où la spéculation fait rage. Il ne représente que 0,45 % du marché global mais son poids économique est colossal. Ce 0,45 % génère un tiers du chiffre d'affaires mondial des enchères publiques, soit 15,2 milliards de dollars. Et

comme vous le savez, c'est aujourd'hui aux enchères que se fait le meilleur business.

- HQ : Pourquoi ce petit et puissant marché vous a-t-il intéressée ? Car vous avez, avec Catherine Lamour, écrit un livre « Grands et Petits secrets du monde de l'art », consacré à ce marché ?

- DG : Je dirais plutôt consacré aux révolutions de ce marché de l'art mondialisé. Nous avons voulu comprendre ce qui se passait. Pourquoi la peinture classique ne représentait que 7 % du marché, alors qu'il y a une vingtaine d'années, tableaux et meubles anciens représentaient la moitié des ventes ? Pourquoi 45 % de l'activité du marché mondial se sont-ils reportés sur la production née après 1945 ? Comprendre comment et pourquoi des œuvres d'Art contemporain ne cessaient de flamber pour atteindre des sommets jamais imaginés ? En 2004, « Nona Ora », l'effigie grandeur nature du pape Jean-Paul II terrassé par une météorite, de Maurizio Cattelan, a été vendue 2,7 millions de dollars. En 2001,

elle avait été vendue 800000 dollars. Subséquemment, savoir quels étaient les acteurs majeurs du marché de l'art contemporain ?

- HQ : comment avez-vous procédé pour mener votre enquête ? Avez-vous eu des difficultés pour pénétrer le milieu des galeries ?

- DG : Nous avons vite compris qu'en France, si l'on n'est pas du sérail, les portes restent fermées. Au début de l'enquête, nous avons fait un courrier et envoyé environ deux-cents lettres à deux-cents galeries parisiennes afin de prendre des contacts. Deux nous ont répondu, Jérôme de Noirmont, qui a maintenant fermé sa galerie, et Bernard Zürcher. Nous sommes donc parties là où ont lieu les grandes foires d'art : Bâle, Miami, Londres, New-York, Venise, Hong-Kong, là où se trouvent les décideurs et leurs réseaux.

Notre chance est d'avoir fait la connaissance des deux patrons d'une foire qui se lançait en 2007 à Shanghai. Deux Suisses : un grand marchand et collectionneur, Pierre Huber et un homme de marketing patron de foire, Lorenzo Rudolf. Ils nous ont donné des pistes et ouvert des portes. Des Suisses qui n'avaient pas peur de raconter leur monde.

- HQ : Quel monde ?

- DG : Un petit monde très anglo-saxon avec beaucoup de tribus. Un petit monde avec ses gourous. Un petit monde où il existe une véritable confusion des rôles. Dans le milieu de l'art mondialisé, deux-cents personnes influentes tiennent tout. Elles font et défont les cotes. Tout le monde les craint car tout le monde prend de l'argent au passage. L'essentiel est de miser sur les bons artistes, non pas parce qu'ils sont plus exceptionnels que les autres, mais parce qu'ils ont été choisis par les bons acteurs du marché. Car contrairement à

la Bourse, être initié dans ce milieu, ce n'est pas un délit.

- HQ : Pouvez-vous expliquer ce que vous entendez par « confusion des rôles » et par « les bons acteurs du marché » ?

- DG : Les méga-grands collectionneurs ont adopté, sans complexes, une démarche de marchands afin de faire monter eux-mêmes la cote de leurs artistes : c'est cela, la confusion des rôles. Hier, les marchands étaient maîtres dans leurs royaumes, ils bâtissaient la cote des artistes, démarchaient les collectionneurs, montraient leurs découvertes aux critiques, aux directeurs de musées. Et, tranquillement, l'artiste prenait son envol. Le temps était une donnée essentielle.



Aujourd'hui les méga-collectionneurs sont devenus des prescripteurs.

C'est le publicitaire à la mode des années 80, Charles Saatchi qui a tout bouleversé en découvrant une bande de jeunes artistes londoniens et en mettant les techniques de marketing et de communication au service de leur promotion. Il a créé une marque « les Young british artists » et l'a imposée dans le monde entier à travers son réseau. Le chef de ces jeunes artistes est Damien Hirst que vous connaissez, avec son crâne en diamant, son veau aux sabots d'or, ses armoires à pharmacie. Il est devenu une star. Toute une salle de la Tate Modern de Londres est consacrée à ses armoires à pharmacie. Charles Saatchi a commencé.

D'autres milliardaires ont suivi, comme les Rubell de Miami qui ont lancé l'an dernier le jeune Colombien Oscar Murillo, en lui finançant sa production pendant tout un été et en achetant ses toiles. Maintenant cet artiste fait partie de l'écurie d'un grand marchand, David Zwirner.

- HQ : Et quels sont « les bons acteurs » du marché ?

- DG : les bons acteurs ou les bons décideurs, d'abord les grands collectionneurs, Ceux dont la presse parle ; qui ont des fondations privées ; qui organisent des expositions pour leurs artistes, comme François Pinault organise cette année une grande exposition pour Martial Raysse au Palazzo Grassi. Artiste qu'il collectionne depuis plus de vingt ans.

Ensuite les « *curators* », comme on dit. Ce sont des conservateurs-commissaires d'expositions. Ce n'est pas pour rien qu'on utilise le mot anglais dans le milieu de l'Art contemporain, car nous naviguons dans un monde essentiellement anglo-saxon. Ces *curators* décident aussi des expositions dans leurs espaces, comme le plus connu Hans Ulrich Obrist à la Serpentine de Londres. Et une exposition là, c'est la consécration internationale pour l'artiste.

Mais les bons, les très bons acteurs, ce sont aujourd'hui les commissaires-priseurs des grandes maisons de ventes, Christie's et Sotheby's.

Des commissaires-priseurs stars qui ont l'art de mettre en scène les œuvres dont ils veulent faire exploser la cote. L'un d'entre eux, Tobias Meyer, qualifié de « marteau du siècle » a déclaré : « *Quand une œuvre me plaît, je fais monter le prix* ». Les Maisons de vente, en effet, ont changé de braquet, elles sont devenues des salles de spectacle où l'on voit le marché s'emballer sous l'effet des masses d'argent des

traders, des nouvelles fortunes russes, orientales, asiatiques. On est en plein « art-business »

- HQ : Les marchands, les galeristes ne jouent-ils plus leur rôle ?

- DG : Comme vous le savez, il y a deux sortes de galeries. Les galeristes du premier marché, qui sont des découvreurs, qui s'occupent de lancer leurs artistes : ce sont des petites et moyennes galeries. A Paris, on les trouve dans le Marais, le XIIIe, le XXe arrondissements. Et il y a les galeries du second marché, de plus grosses galeries. J'appelle les galeristes « *les businessmen de l'art* ». Ils font de la revente d'œuvres d'artistes en général cotés. Le plus grand marchand d'Art contemporain du monde s'appelle Larry Gagosian. C'est un Américain, il ne vend pas ses artistes à n'im-



porte qui, car les oeuvres doivent rentrer dans de grandes collections. La spéculation est liée au second marché.

Les galeries du Premier marché jouent toujours leur rôle, mais avec difficulté, car les artistes détectés quittent souvent très vite le galeriste qui les a lancés pour un galeriste ayant une plus grande surface. Nous ne sommes plus dans le temps long, utile aux artistes pour créer, et aux galeristes pour commercialiser ; mais dans le temps court où tout le monde cherche à faire des... affaires.

Les galeristes du Deuxième marché, eux, sont soumis à rude concurrence face aux grandes Maisons de vente aux enchères, mais les uns ont besoin des autres pour vivre. Je m'explique : les Maisons de vente ont parfois besoin des marchands pour avoir des lots valorisants dans des ventes qui seraient ternes. Il faut savoir attirer les œuvres majeures pour faire briller une vente. Et les marchands ont parfois besoin des Maisons de vente pour écouler les œuvres qu'ils ont stockées. Le monde du marché de l'art est un monde opaque.

- HQ : On parle beaucoup d'argent dans l'art et pourtant les galeristes se plaignent aujourd'hui de ne pas avoir beaucoup de passages d'acheteurs.

- DG : Effectivement les galeristes se plaignent, les vernissages ne font plus recette. Les galeristes ne sont pas seulement concurrencés par les Maisons de vente mais aussi par des collectionneurs qui créent des événements artistiques chez eux. Face à la concurrence et à la mondialisation, les galeries se sont lancées dans la course à la visibilité et au gigantisme pour certaines. Les galeries trouvent de la visibilité en participant aux Foires d'Art contemporain où elle est à son maximum. Les foires historiques de Bâle, d'ArBasel Miami beach, d' ArtBasel

Hong-Kong, la Fiac à Paris, Frieze à Londres, l'Armory show à New York, Sao Paulo fair, Art Dubai et bien d'autres, car chaque capitale a maintenant sa foire. Selon mes informations, 60 % du chiffre d'affaires des galeries se réalise dans les foires. Donc il est essentiel pour une galerie d'être acceptée par une Foire, être retenue et bien placée.

De plus, pour renforcer leur force de frappe, les grandes galeries, comme Gagosian, Hauser & Wirth, Zwirner... et même des françaises, comme Perrotin s'implantent à l'étranger, là où il y a une clientèle fortunée. A Hong Kong, à New York.

- HQ : Que recherchent les méga-collectionneurs dont vous parlez ?

- DG : Les grands collectionneurs désirent moins une œuvre de tel artiste, qu'un trophée de cet artiste. Ils le chassent, grâce à leurs conseillers appelés « *art advisors* » dans les Maisons de ventes aux enchères mais aussi dans les galeries internationales.

- HQ : Qu'appellez vous « un trophée » ?

- DG : Le trophée, c'est l'œuvre iconique d'un artiste, une œuvre qui s'impose sur-le-champ et qui possède un fort contenu plastique et visuel en plus du sens qu'elle peut receler, comme le dit Serge Lemoine, l'ancien patron d'Orsay. Exemples, les œuvres iconiques d'Andy Warhol, représentant des portraits de stars, icônes du cinéma, comme Marilyn Monroe, Elvis Presley ou Marlon Brando. Pour Jeff Koons, les « Ballon dogs » (enchères 2013 : 38, 8 millions d'euros). Pour Francis Bacon, la série des « Papes ». Pour les posséder, les grands collectionneurs ne se fixent pas de limite de prix, ce qui entraîne bien entendu une forte spéculation. L'an dernier ont été payés 150 millions de dollars pour deux por-

traits sérigraphiés d'Elvis Presley et de Marlon Brando, d'Andy Warhol.

- HQ : Quel rôle ambitionnent les méga-collectionneurs, souvent appelés par la presse, les « nouveaux riches » ?

- DG : Outre le fait de peser sur le choix des artistes-phares de demain, nous en avons parlé avec les Rubell, François Pinault et bien d'autres : ils veulent créer des fondations où seront exposées les meilleures œuvres des artistes d'aujourd'hui, artistes validés par le petit monde des experts.

La création d'une fondation, d'un musée privé est le signe ultime de la reconnaissance sociale.

Il faut savoir que les musées publics ne comptent presque plus parmi les intervenants du marché de l'art. Face à un méga-collectionneur, c'est toujours le collectionneur qui emporte l'oeuvre. Un exemple : François Pinault voulait acheter une série de sept tableaux de l'Allemand Sigmar Polke, lauréat du Lion d'Or de Venise en 1986. En concurrence : le directeur du MoMa de New-York. Excusez du peu. Le collectionneur a raflé la mise. Les Polke sont désormais installés à la Punta della Dogana à Venise. Pourquoi ? Non seulement il a été le plus rapide, mais il a aussi pu payer le prix demandé. N'oublions pas que les conseils d'administration des grands musées mondiaux sont composés de grands donateurs qui sont aussi les grands collectionneurs, et qu'un musée est géré administrativement, donc soumis à une certaine lenteur de décision.

L'explosion des lieux privés ne fait que commencer. Thierry Ehrmann, le créateur du site Art Price dit : « *L'explosion des lieux privés, quasi tous dédiés à l'Art contemporain, est hallucinante. Le logiciel que nous avons élaboré*

*pour permettre à ces centres d'art de suivre l'évolution de la cote de leurs acquisitions compte dix-sept mille abonnés* » !!!

- HQ : Donc bataille entre les musées publics et les fondations privées pour obtenir les meilleures œuvres. Et qu'en est-il de la bataille entre les Etats-Unis superpuissance de l'art, et l'Asie qui veut conquérir sa part ?

- DG : Les Américains ne sont plus les seuls à détenir le pouvoir de l'argent.

En 2004, leur part de marché dans l'Art contemporain était de 60 %. En 2013, cette part était tombée à 35 %. En Asie c'est le grand boom de l'art : 1 % de part de marché en 2004, 38 % en 2013.

En mars 2011, il y a eu une onde de choc dans le petit monde de l'art, lorsqu'on a appris que la Chine était désormais N°1 des ventes aux enchères de « Fine art » ( peintures, sculptures, dessins, photographies, estampes, antiquités). Les Etats-Unis sont repassés devant, mais la Chine est bien là. Elle a des atouts considérables : sa croissance économique, sa population d'artistes, quelque deux-cent cinquante mille personnes réparties dans une vingtaine de grandes villes, qui vivent de la production et de la vente de leurs œuvres et aussi de copies.

Vous savez que les goûts des Chinois se portent vers une peinture traditionnelle, vers la calligraphie. N'empêche qu'il existe une internationalisation d'une avant-garde chinoise, appréciée par les Occidentaux et par les milliardaires Rouges.

En 1993, treize artistes chinois avaient été exposés à la Biennale de Venise, haut lieu de la consécration internationale. C'est à ce moment-là que les grands marchands occidentaux se sont intéressés à eux. Aujourd'hui Zeng Franzi avec ses personnages aux yeux

fermés d'une croix, portant un petit foulard rouge, Yue Minjun avec ses Chinois roses hilares tous identiques, Zhang Xiaogang et ses couples tristes à enfant unique, sont devenus des stars du marché. En plus de la croissance économique des artistes, il y a la volonté du gouvernement d'asseoir son pouvoir culturel grâce au « *soft power* ». Dans le Top Ten 2013/2014 des artistes mondiaux, quatre sont chinois (2).

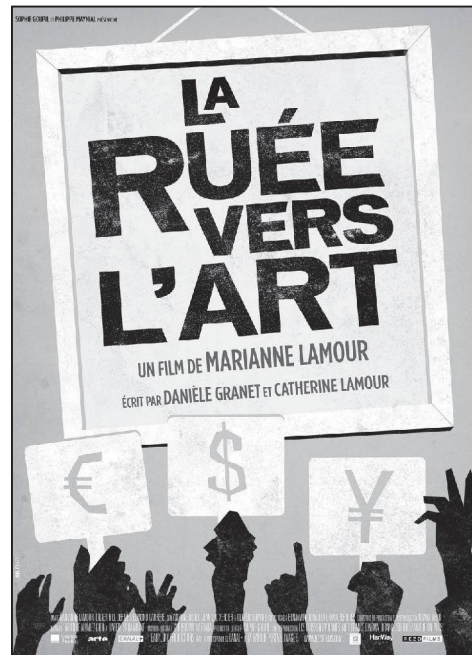
- HQ : Nous avons parlé de la mondialisation du marché de l'art. Et les artistes ? Ce sont quand même eux qui sont au départ. Vous dites même dans votre livre, que ce sont les producteurs.

- DG : Aujourd'hui, il n'y a pas d'artistes stars sans ateliers de production et sans production spectaculaire. On me dit toujours : « *Mais les artistes de la Renaissance travaillaient aussi dans des ateliers avec beaucoup d'apprentis* ». Certes, les Michel Ange, Raphaël et autres avaient des dizaines de disciples, mais leur approche n'était pas la même. Ils créaient des œuvres pour un mécène, les Princes, l'Église, les bourgeois d'Amsterdam comme Rembrandt, et ces œuvres uniques entraient dans leurs patrimoines. Aujourd'hui, les Koons, les Murakami, les Hirst, créent des œuvres multiples. Leur approche est industrielle. Dites-moi quelle est la différence entre les gigantesques « *Tulips* » de Jeff Koons exposées à la Fondation Prada de Venise et celles exposées dans une aile du LACMA de Los Angeles, achetées par Eli Broad ? Les pièces réalisées dans des ateliers-usines par des centaines de collaborateurs sont des multiples. Les artistes stars ne sont que les auteurs du concept.

Il y a peu, Damien Hirst avouait au maga-

zine *Time* que sur les mille cinq-cents « *Spot paintings* », tableaux aux points de couleurs présentés dans les dix galeries Gagosian, le même jour, à travers le monde, il n'en avait réalisé que cinq.

Le pionnier de l'atelier-usine était Andy Warhol, qui a mis en scène un modèle de production « *La Factory* », choisissant ce nom pour bien montrer qu'on y imiterait le travail mécanisé aux gestes répétitifs. Ce modèle est celui des artistes stars aux carnets de commande bien remplis. Car il faut savoir que la pression est énorme pour répondre aux commandes et aux grandes expositions internationales. Les quelque vingt œuvres qui sortent de l'atelier New-Yorkais de Jeff Koons chaque année sont déjà préemptées par les grands collectionneurs internationaux pour leurs musées privés.



- HQ : En conclusion que se passe-t-il en France ?  
- DG : C'est terrible à dire mais les artistes français ont un petit problème, il leur manque un zéro. Dans la fameuse liste des cinq-cents artistes les plus vendus dans le monde, le premier Français arrive en cent-trente quatrième position : c'est Robert Combas.

Etre dans la mondialisation c'est accepter de faire partie d'un tout. Aux Etats-Unis il y a cent mille artistes contemporains, en France quelque trois mille. La France n'a pas un problème avec la reconnaissance de ses artistes, la France a un problème avec le marché.

Le débat porte sur le rôle et la place des organismes d'Etat dans le fonctionnement des

industries culturelles en France, leur dirigisme isolerait les créateurs français et les couperait d'un marché mondialisé où se jaugent les valeurs de l'art.

*(<sup>1</sup>) « Grands et Petits secrets du monde de l'art » par Danièle Granet et Catherine Lamour. Editions Fayard 2010. Collection Pluriel 2012.*

*Film « La Ruée vers l'art » : 2013.  
Sortie du DVD « La Ruée vers l'art » prévue octobre 2015.*

*(<sup>2</sup>) Zengh Fanzi, Luo Zhangli, Chen Yifèl, Zhang Xiaogang.*