



ALORS QUE 2011 VIENT DE S'ACHEVER, QUE NOUS RÉSERVE 2012 ?

PAR ROXANA AZIMI ET PHILIPPE RÉGNIER

« Ils ne mourraient pas tous, mais tous étaient touchés ». La santé étonnante, pour ne pas dire insolente, de certaines poches du monde de l'art, vient démentir la fable des *Animaux malades de la Peste* par Jean de la Fontaine. Le marché semble revigoré après un effondrement du volume des ventes et des prix en 2009. Sotheby's affiche une progression d'environ 20 % de ses ventes d'art contemporain en 2011. À observer les chiffres de fréquentation en hausse des musées (+15 % pour le Centre Pompidou, + 5 % pour le Louvre), on donnerait raison à l'optimisme béat affiché par Jacqueline Eidelman, chargée de recherche au CNRS, lors de l'émission *Le téléphone sonne* du 28 décembre sur *France Inter*, portant pour titre *Sommes-nous de nouveau amoureux de nos musées ?* L'exposition sur les Stein au Grand Palais a généré à ce jour 430 000 entrées. Toujours au Grand Palais, la foire Paris Photo a attiré en novembre dernier 50 000 visiteurs (malgré un tarif prohibitif de 25 euros), soit une hausse de 31 %. Le cinéma n'est pas en reste puisque le film *Les Intouchables* a enregistré 15 millions d'entrées en 8 semaines. Malgré la crise, les ménages ne rechignent pas à consacrer un budget important à la culture. Tout va-t-il pour le mieux dans le meilleur des mondes ?



Vue de la galerie White Cube à Bermondsey Street à Londres

Du côté des gros poissons sans aucun doute. La galerie londonienne White Cube s'est dotée l'an dernier d'un nouvel espace de plus de 5 000 m² à un jet de pierre de la Tate Modern. Elle inaugurera au premier semestre une dépendance à Hongkong. Son confrère David Zwirner ouvrira pour sa part une nouvelle galerie de 3 000 m² à New York. Néanmoins, si on quitte l'Olympe du marché, la réalité est plus mitigée. Les structures les plus *SUITE DU TEXTE P. 2*

* p.5 FAUSTO MELOTTI, UN GRAND D'ITALIE AU MADRE À NAPLES

* p.7 LES MAISONS DE VENTES AFFÛTENT LEURS STRATÉGIES

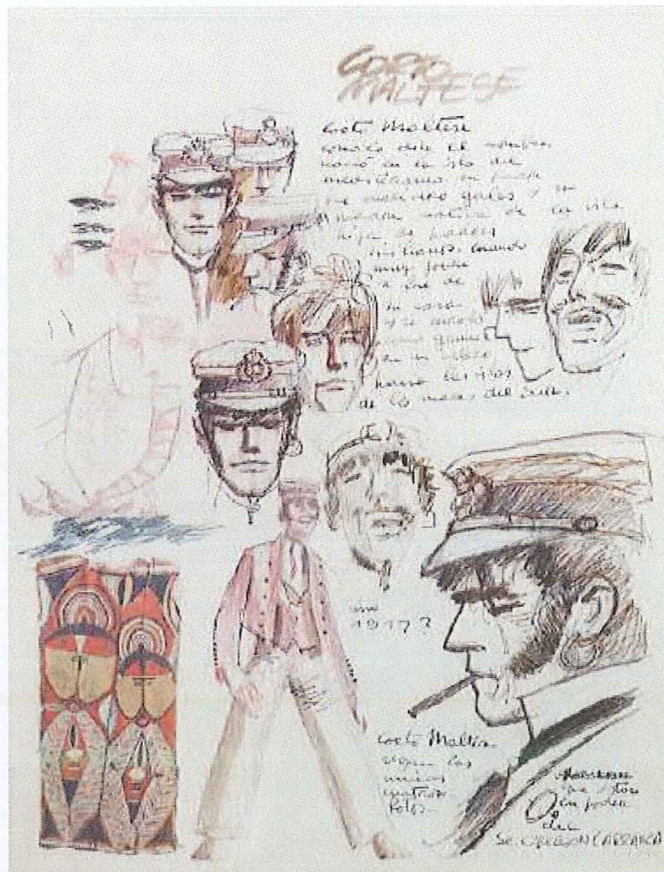
* p.8 LES SOLUTIONS INNOVANTES DU MUSÉE DES ARTS DÉCORATIFS

LES MAISONS DE VENTES AFFÛTENT LEURS STRATÉGIES

PAR ALEXANDRE CROCHET

Dans le petit monde des enchères, chacun cherche son chemin pour placer ses pions et traverser la crise. Si en 2011 les prix ont grimpé, le volume des ventes a subi une contraction, au détriment du moyen de gamme. Ainsi chez Sotheby's, le prix moyen par lot vendu a été de 61 000 euros (contre 40 000 en 2010), et de 7 135 euros chez Artcurial. « *L'art reste un secteur de niche, de séduction, relativise Francis Briest, coprésident d'Artcurial. Son marché était estimé à 22 milliards d'euros en 2010, alors que 4 milliards d'euros s'échangent sur le marché des actions en moyenne chaque jour rien qu'à Paris.* » Quand les happy few déplacent un peu d'argent de la bourse vers l'art, le baromètre remonte. Plus généralement, la tendance qui se dessine est celle de l'art de vivre. « *Les chinois achètent une marque, explique Francis Briest, en suivant les modes.* » Dans la foulée d'un Picasso et d'un Warhol, on craquera pour une montre Cartier et une Ferrari. Pour le nom. Chez Artcurial, les vacations d'automobiles, de vins, de montres et de bijoux, bref, d'objets manufacturés, atteignent un peu plus du quart du résultat global. Une telle diversification se révèle également payante chez Millon & associés, qui a vu ses ventes de bijoux bondir de 41,5 % en 2011, à 5 millions d'euros, et dont le produit des ventes d'horlogerie a été multiplié par sept. Plutôt indifférenciés, montres et bijoux se revendent sans peine six mois plus tard, dans la plus grande discrétion, à l'inverse des œuvres d'art.

Les maisons de ventes s'attachent à développer ou lancer de nouveaux départements dans les domaines les plus porteurs, même s'ils ne représenteront pas forcément une grosse part de leur chiffre global. Chez Sotheby's, l'antiquaire Florent Jeanniard vient apporter ses connaissances sur le design des années 1970, pour développer la deuxième partie du XX^e siècle... En septembre dernier, la commissaire-priseur Nathalie Mangeot, célèbre pour ses ventes d'art aborigène ou précolombien au sein de sa société de ventes Gaïa, a rejoint Millon avec, entre autres, l'ambition de marier ces spécialités aux vacations d'art moderne et contemporain. Par ailleurs, Cornette de Saint Cyr, qui avait été le premier à en proposer dans les années 1980, vient d'inaugurer des ventes de BD. Plus inattendu, Sotheby's souffle à son tour dans la bulle et prévoit d'organiser à Paris des ventes régulières, une première pour le groupe. Sa stratégie : miser sur son formidable fichier international d'amateurs d'art contemporain. « *Là où d'autres maisons font des ventes de 500 lots, nous en proposerons près de cent seulement, triés sur le volet* », explique le consultant Jean-Marc Thévenet, ancien directeur général du festival



Hugo Pratt, couverture de la revue sergent Kirk n°39, 42 x 32 cm.
Provenance : Collection privée de Paola et Danilo Ivaldi.
Vendue 81 250 euros, Cornette de Saint Cyr, le 18 décembre 2011
© Cornette de Saint Cyr

international de la bande dessinée d'Angoulême. Celui-ci s'est adjoint le concours des spécialistes Marcel Wilmet (ex de Moulinsart, société détentrice des droits d'Hergé) et Thibaut Van Hout, basé à Bruxelles, duo qui a bâti les ventes Hergé de Piasa. Chez Sotheby's, désormais, « *toutes les ventes d'arts décoratifs du XX^e se passent à Paris, sauf cas particuliers* », rappelle Cécile Verdier, responsable de cette spécialité pour l'Europe. Une façon de jouer la carte glamour de la Ville Lumière, quand les ventes de Londres fléchissaient. Cécile Verdier souhaite élargir le type d'objets proposés. « *Jusqu'ici, tout ce qui n'était pas français partait à Londres. Nous intégrerons des pièces espagnoles, belges ou allemandes, de Gaudí à Hoffmann* », confie-t-elle. Last but not least, les maisons de ventes françaises n'hésitent plus à partir à la conquête des marchés étrangers, à travers des représentations (Artcurial à Bruxelles, Milan et Pékin) ou même pour y tenir des ventes (Millon à Bruxelles). ■