

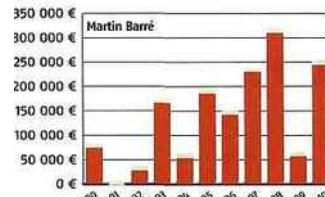
Marché de l'Art

VENTES PUBLIQUES / SALONS / FOIRES / GALERIES / ART CONTEMPORAIN

► TRÉSORS
Sotheby's disperse à Paris le contenu d'un coffre de Vollard redécouvert



► ART CONTEMPORAIN
Un grand tableau de Martin Barré a battu un record en ventes le 31 mai chez Artcurial



13,2 millions €

tel est le montant atteint par la vente aux enchères d'arts d'Asiedu 9 juin, à Paris chez Sotheby's, soit le plus haut montant pour une vente d'arts asiatiques en France

ANALYSE

Accompagner les jeunes pousses

DAprès la dernière cuvée plutôt réussie du Salon de Montrouge, le Palais de Tokyo s'associe au Musée d'art moderne de la Ville de Paris pour offrir son panorama des jeunes artistes français les plus prometteurs sous le titre très série télé « Dynasty ». Les collectionneurs ont vite compris l'intérêt de regarder de près ces événements proches des radio-crochets ou de la Star Academy. « Ce qui m'a surpris cette année, c'est l'arrivée d'une quarantaine de collectionneurs de l'Adif [Association pour la diffusion internationale de l'art français] le jour du vernissage. Plus des deux tiers des artistes présentés ont vendu, confie Stéphane Corréard, directeur du Salon de

Montrouge. *Les collectionneurs se sont fait plaisir avec des œuvres à 1 000 1 500 euros sans mettre à mal leur portefeuille. Ils se sont dit qu'il fallait acheter avant que ces artistes n'entrent dans des galeries. Certains ont même été moteurs vis à vis des galeries en leur faisant des pressions amicales pour qu'elles aillent voir certains artistes. Ils ont pour une fois l'occasion de découvrir avant les galeries, alors qu'habituellement ils viennent dans un deuxième temps.* »

Les galeries ont pourtant l'habitude de faire leur marché dans de tels raouts. Aussi bien Hervé Loevenbruck que Benoît Porcher ont acheté cette année des pièces de Fabien Souche à Montrouge.

D'autres ont intégré les artistes à leur programme. Ainsi Théo Mercier et Marion Tampon-Lajarriette, intronisées l'an dernier à Montrouge, ont-ils été exposés dans la foulée respectivement chez Gabrielle Maubrie et Dix9. Après avoir été montrée chez Jean Brolly, Farah Atassi vient d'intégrer la galerie Xippas. Dans la fournée 2010, Mathieu Cherkit bénéficiera d'une exposition chez Jean Brolly, tandis qu'Aurore Pallet devrait figurer dans une exposition de groupe chez Claudine Papillon.

Les artistes de « Dynasty » ont pour une bonne part d'entre eux déjà rejoint des galeries. Le duo Louise Hervé et Chloé Maillet a fait

l'ouverture de la galerie Marcelle Alix l'an dernier. Cette dernière les a aussi exposées en janvier dans le cadre de l'échange « Berlin Paris ». L'univers énigmatique de Benoît Maire et le corps-à-corps avec les matériaux de Stéphanie Cherpin figurent chez Cortex Athletico à Bordeaux. Maire a même joué cette année d'un « Art Statements » à la Foire de Bâle après avoir été adoubé sur la foire off Liste. Jouant sur un réalisme que le fantastique et l'étrange viennent miner, le peintre Armand Jalut a été montré à plusieurs reprises par la galerie Michel Rein. À l'affiche chez Balice Hertling, Oscar Tuazon bénéficie d'un écho important dans le milieu des curateurs

et des collectionneurs pointus. Achetée par François Pinault, la jeune Camille Henrot présentée par Kamel Mennour est nommée pour le prix Marcel-Duchamp 2010. Un buzz surprenant accompagne déjà le travail de Raphaëlle Ricol, actuellement exposée chez Polad-Hardouin. Le catalogue de l'exposition a même été financé partiellement par la Fondation François Pinault. Que les institutions, après avoir célébré les vieux routiers de l'art français, misent enfin sur l'émergence est salutaire. Reste à espérer que musées et marché sauront accompagner ces jeunes pousses sur la durée.

Roxana Azimi

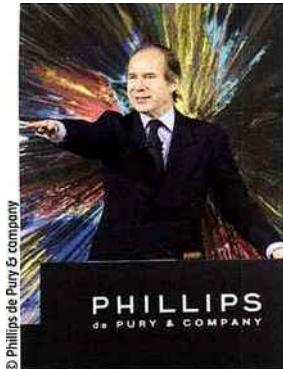
ENTRETIEN

SIMON DE PURY, président de Phillips de Pury & Company

«Créer des nouveautés pour redynamiser le marché»

Comment vous est venue l'idée d'organiser des ventes à thème ?

Nous avons pensé créer des ventes thématiques à l'automne 2008, au moment où la crise financière engendrait une baisse temporaire mais généralisée du volume des transactions sur le marché de l'art. L'idée était de créer des nouveautés pour redynamiser le marché, comme nous l'avions fait une première fois avec la vente « Kyobai » autour de la culture et l'art japonais contemporains. Cette vente, qui a eu lieu à Londres le 3 avril 2008, a été un succès commercial (avec 3,3 millions de livres sterling de produit de vente [3,9 millions d'euros]). Nous avons constaté qu'elle avait créé une activité incrémentielle en attirant des acheteurs et des vendeurs qui n'étaient pas forcément nos clients habituels. A l'automne 2009, nous avons inauguré une série de ventes thématiques avec, le 26 septembre à Londres, « Now » sur l'art du XXI^e siècle, suivie (le 3 octobre à New York) de « Latin America », de « Music » (le 21 novembre à Londres) et enfin de « New York New York » (le 12 décembre à New York).

**Combien de thèmes avez-vous lancés ?**

Nous avons imaginé 18 ventes à thèmes dont certaines seront inaugurées en 2011. Au premier semestre 2010, de nouvelles ventes à thème sont apparues : « Sex », « Bric », « Africa », « Film » et « Italia ». Nous avons donc composé et dirigé neuf ventes thématiques différentes depuis 2009. Pour ces événements, nous avons publié un nouveau type de catalogue de ventes qui est une sorte de « magalogue » enrichi de parties

éditoriales très développées, écrites par des artistes, conservateurs, collectionneurs...

Quelles réactions avez-vous enregistrées ?

Nous avons des échos très positifs parmi nos clients. Par l'originalité de nos thèmes, nous avons aussi attiré une nouvelle clientèle très enthousiaste, acheteuse comme vendeuse. L'effet « cross over » fonctionne très bien pour ce type de vacances. Cela a renforcé la visibilité de notre société et augmenté notre chiffre d'affaires.

Quelle vente a été la plus originale, la plus étonnante et la plus réussie ?

La vente « Music » a constitué une vraie innovation dans le sens où elle bénéficiait d'un accompagnement musical orchestré par le musicien Matthew Herbert, pendant que j'étais au marteau. Le public misait en rythme. Il y avait une ambiance incroyable. La vente était composée d'œuvres d'artistes contemporains inspirés par la musique. Elle comptait aussi des œuvres faites pour l'occasion

par des musiciens – par exemple un skateboard décoré par Paul McCartney –, des *memorabilia* et des portraits de musiciens réalisés par des photographes. La vente « Bric » (d'après le terme inventé en 2001 par James O'Neil, de la banque d'investissement Goldman Sachs) a été la plus importante. Elle réunissait 438 œuvres venant de quatre pays émergents (Brésil, Russie, Inde et Chine) et a attiré 24 000 visiteurs à la Saatchi Gallery, à Londres, où se sont déroulées les enchères, pour un total de 7,1 millions de livres. Pour la vente « Sex », nous avons vendu nos 15 000 catalogues très rapidement. Nous aurions pu en produire cinq fois plus !

À quel rythme allez-vous continuer à développer ces ventes ?

La plupart des ventes thématiques vont devenir annuelles. Certaines en sont déjà à leur deuxième édition, comme « Latin America » (le 30 septembre à New York), « Music » (le 30 octobre à New York) et « Japan » – qui est la suite de « Kyobai » – le 13 novembre à

Londres. « Now » aura lieu pour la troisième fois le 11 décembre à Londres. Il faut toujours innover. « Black & White » (le 16 septembre) et « 80's », thème pour lequel notre société est idéalement équipée, comptent parmi les nouveautés à venir.

Que pense votre actionnaire majoritaire de cette programmation ?

L'attitude du groupe Mercury, actionnaire [russe] de Phillips de Pury & Company depuis octobre 2008, a été exemplaire. Mercury nous soutient dans tous nos axes de développement. Le dernier en date est l'ouverture d'une deuxième salle de ventes à New York, sur 450 Park Avenue. Cet espace sera inauguré en novembre par une série de ventes intitulées « Carte blanche ». Pour cette première, j'ai demandé au talentueux Philippe Ségalot de monter entièrement une vente.

Propos recueillis par Armelle Malvoisin

« Italia », vente le 30 juin à Londres, Phillips de Pury & Company, tél. 01 42 78 67 77, www.phillipsdepury.com

EN BREF

La Tête haute

PARIS ■ Pièce maîtresse de la vente d'art moderne du 14 juin à Paris chez Christie's, une rare *Tête* en pierre sculptée par Amedeo Modigliani provenant de la collection Gaston Lévy a été adjugée 43,2 millions d'euros à un acheteur anonyme au téléphone, soit dix fois son estimation basse. Ce prix établit un record du monde pour une œuvre de l'artiste en vente publique. C'est aussi l'enclerc la plus haute pour une œuvre d'art en France, devant le tableau *Les Coucous, tapis bleu et rose* (1911) d'Henri Matisse, issu de la collection Saint Laurent-Bergé et parti à 35,9 millions d'euros le 23 février 2009, toujours chez Christie's, sous le marteau de François de Ricqlès.

L'Empire préempté

FONTAINEBLEAU ■ 60 des 569 lots de la vente Empire organisée les 12 et 13 juin par le commissaire-priseur bellifontain Jean-Pierre Osenat ont été préemptés ou revendiqués par des musées ou des collectivités territoriales. Ces achats

portaient majoritairement sur des documents historiques, tel l'inventaire des diamants et bijoux de l'impératrice Joséphine échus en partage à ses deux enfants à sa mort en 1814. Celui-ci a été acquis pour 5 000 euros par le Musée national des châteaux de Malmaison et Bois-Préau.

Développement photo chez Piasa

PARIS ■ Depuis le début du mois de juin, la maison de ventes Piasa s'est attaché les services d'Agnès de Gouvion Saint-Cyr en tant que conseillère artistique pour la photographie. Anciennement inspectrice générale pour la photographie au ministère de la Culture, Agnès de Gouvion Saint-Cyr est désormais chargée d'informer, de conseiller et d'accompagner les collectionneurs dans leurs achats chez Piasa. Elle assurera un suivi des relations publiques avec l'ensemble des intervenants dans le domaine de la photographie : collectionneurs, institutions, galeries, artistes et vendeurs. Enfin, elle organisera des ventes de photographies pour Piasa.