



Depuis le 1er janvier 2012 les maisons de ventes peuvent effectuer des transactions de gré à gré, s'alignant ainsi sur le modèle britannique et américain

Par Roxana Azimi

Ratisser large. Telle est désormais la stratégie des maisons de ventes publiques. Pendant longtemps, ce maillage passait par un développement de nouvelles spécialités. La possibilité offerte depuis le 1er janvier 2012 aux maisons de ventes hexagonales d'effectuer des transactions de gré à gré, s'alignant ainsi sur le modèle britannique et américain, a eu un effet secondaire : les maisons de ventes se prennent désormais pour des galeries et organisent des expositions plus ou moins commerciales. La pratique n'est certes pas nouvelle. L'ancienne présidente de Sothe-

by's, Laure de Beauvau-Craon, y avait songé dès 1998 pour animer ses locaux de la Galerie Charpentier, qui alors n'avait pas le droit d'orchestrer de ventes publiques. La première exposition du genre se composait de meubles et objets d'art des XVII^e et XVIII^e siècles issus de collections privées. L'année suivante, un focus a été porté sur la vidéo. "Nous voulons devenir des acteurs culturels à part entière, accroître notre visibilité, renforcer notre image, montrer qu'on sait faire vivre nos locaux en dehors des sessions de ventes", explique Pierre Mothes, vice-président de Sotheby's France. En février dernier, "l'auctioneer" – terme anglo-saxon désignant les commissaires-priseurs – a jeté un éclairage sur la Galerie Lacloche, qui avait défendu des designers tels que Marc Duplantier et Roger Tallon, via une trentaine de meubles issus de collections privées. Certes, aucune pièce n'était à vendre, mais le choix n'est pas anodin, puisque la maison de ventes compte s'orienter de plus en plus vers le design des années 1960-1970... De son côté, la maison de ventes Artcurial a coutume d'organiser depuis 2005 des expositions non commerciales dans ses murs, comme celle sur le

VENTES PUBLIQUES ET VENTES PRIVÉES

De l'extension du domaine des maisons de ventes

Les maisons de ventes aux enchères empiètent désormais sur la chasse gardée des galeries et des marchands

Les habitués des ventes publiques pouvaient avoir la berlue. Christie's organisait pour la première fois en février dernier une exposition culturelle, "Un art autre? Artistes autour de Michel Tapié". Pendant longtemps, le monde de l'art fonctionnait en chasses gardées bien étanches. Le marchand était dans sa boutique, le commissaire-priseur tenait le marteau, le galeriste organisait des expositions. Ces prés carrés se sont progressivement estompés avec une confusion des rôles croissante. Et l'imbroglie est montée d'un cran en 2012, les maisons de ventes françaises étant désormais autorisées à organiser des ventes de gré à gré.

sculpteur Alexander Calder ou, l'an dernier, sur les bandes dessinées de Peyo, créateur des Schtroumpfs. "Ces expositions culturelles ont un rôle d'information. Depuis une dizaine d'années, notre métier s'oriente, à la demande des amateurs, à leur faire comprendre les grands mouvements, les artistes. On doit être là pour leur donner les clés qui leur permettent de faire par la suite des choix dans nos ventes", déclare le président d'Artcurial, Francis Briest. Tajan orchestre aussi depuis sept ans des expositions, intitulées de manière générale "L'artiste et ceux qui les soutiennent". Jusque-là en retrait sur ce chapitre, Christie's a orchestré en février dernier une exposition hommage au critique d'art Michel Tapié, promoteur en France de l'art informel et du mouvement japonais Gutai. Douze œuvres sur 67 exposées étaient à vendre, notamment un *Portrait de femme* par Jean Dubuffet, proposé pour 850 000 euros. L'exposition a rencontré un franc succès public, en accueillant 3 000 personnes en un mois; en terme de transactions, le vrai bilan ne s'effectuera qu'à l'été. "Le but est d'être un acteur culturel de la vie parisienne, et d'amener à nous des gens qui ne se-

raient pas venus chez Christie's", indique François de Ricqlès, président de Christie's France.

Faire surgir des pièces inclassables

Les maisons de ventes se drapent certes volontiers dans l'alibi culturel. La culture a bon dos, et il faut être naïf pour penser que de tels efforts sont menés sans but lucratif. "Bien sûr, ces expositions nous rapprochent de gens qui détiennent des œuvres similaires", admet François de Ricqlès. Certes, toutes les expositions ne comportent pas d'œuvres destinées à la vente de gré à gré. Ainsi, la prochaine exposition d'une quarantaine d'œuvres de Serge Poliakoff, accrochées par Sotheby's à Paris, ne compte aucune œuvre disponible. Mais l'idée est quand même d'en faire surgir pour les diriger invariablement sous le marteau ou la transaction privée. François de Ricqlès n'envisage toutefois pas d'organiser des expositions selon un rythme effréné. "On va essayer d'en faire, mais ce sont des projets onéreux, qui coûtent – entre le catalogue, l'assurance, etc. – de 100 000 à 150 000 euros. Lorsqu'il y a possibilité de rentabiliser, on peut alors envisager une scénographie, un sujet d'expo-



(COPYRIGHT © Michail Hurard)

"L'organisation d'expositions doit rester du domaine des marchands et des institutions." Stéphane Corréard, Comette de Saint Cyr.

L'exposition sied surtout à des œuvres difficiles à mettre dans un catalogue de vente publique

sition intéressant et pas uniquement mercantile", précise-t-il. Car le jeu doit valoir la chandelle ! D'autant plus que la garantie donnée par la maison de ventes s'aligne, dans le cas du gré à gré, sur celle octroyée par les marchands. Elle n'est plus de 5 ans à partir de la date d'adjudication, comme c'est le cas en ventes aux enchères, mais de 25 ans. Le temps d'une transaction privée est enfin plus dilaté que celui d'une vente publique, basée sur le *hic* et le *nunc*, l'ici et maintenant. L'exposition sied surtout à des œuvres difficiles à mettre dans un catalogue de vente publique. "Il est possible

d'environ 1,8 million d'euros. "Il y aura une exposition-vente par an, mais il n'y a pas de règles", déclare Francis Briest, qui entend renouveler l'opération l'été prochain en ne présentant qu'une seule sculpture monumentale à vendre.

La chasse gardée des galeristes et des marchands

De telles expositions ne font pas l'affaire des galeristes et des marchands, qui estiment que leur terrain est déjà passablement rogné par les maisons de ventes, rouleaux compresseurs au marketing puissant et au fichier mondialisé. Pour

La garantie donnée par la maison de ventes s'aligne, dans le cas du gré à gré, sur celle octroyée par les marchands. Elle n'est plus de 5 ans à partir de la date d'adjudication, comme c'est le cas en ventes aux enchères, mais de 25 ans.

qu'on fasse des expositions de sculptures monumentales, comme nous le faisons à Londres et en Floride sous l'intitulé 'Beyond limit' ", observe pour sa part Pierre Mothes. Artcurial avait déjà pris les devants l'été dernier avec l'exposition "Small Medium Large", présentant une quarantaine de sculptures au Donjon de Vez, une opération mixte entre la courtière Suzanne Van Hagen et Francis Briest. Les opérateurs ont vendu les deux tiers des sculptures présentées pour un produit

tant, la plupart de ces événements sont organisés avec l'appui de quelques galeries. Celle dédiée à Michel Tapié a notamment été montée grâce au soutien de Natalie Seroussi ou de la galerie **Torna** buoni Art. De même, le marchand Matthias Jousse a prêté quatre pièces de Roger Tallon à l'exposition de la Galerie Lacloche chez Sotheby's. L'idée ? Trouver un autre relais à des créateurs que certaines galeries sont parfois seules à défendre. Mais en l'occurrence, ce concours

Stéphane Corréard, responsable du département Art contemporain chez Cornette de Saint Cyr

s'apparente à un aveu de faiblesse. Président du Comité professionnel des galeries d'art, Georges-Philippe Vallois a envoyé un courriel de mise en garde à tous ses memb-

Comptez-vous organiser des expositions avec la légalisation des ventes de gré à gré ?

Nous n'avons pas eu l'occasion d'organiser des expositions. Il convient d'ailleurs de séparer la question des ventes de gré à gré de celle de l'organisation d'expositions. Le recours à la vente de gré à gré peut ponctuellement être utile, par exemple pour rendre service à un client pressé de vendre, ou pour éviter de proposer deux œuvres trop proches dans une même vacance. Quant à l'organisation d'expositions, cela doit rester me semble-t-il du domaine des marchands et des institutions. Je milite fortement pour que tous les acteurs du milieu de l'art collaborent, chacun apportant justement son savoir-faire spécifique. Les marchands effectuent un travail de long terme, qu'ils représentent des artistes ou qu'ils s'engagent sur la diffusion d'un créateur, d'une période ou d'un mouvement. Les ventes aux enchères peuvent, de leur côté, apporter une dimension événementielle irremplaçable. Dans le cadre de nos Florilèges, à l'Hôtel Salomon de Rothschild début avril, nous faisons un focus sur l'abstraction dans les galeries parisiennes entre 1950 et 1970. En effet, nous y rendrons concrètement hommage aux galeries pionnières (Jeanne Bucher, Studio Facchetti, Jean Fournier, etc.) qui ont ardemment défendu les peintres abstraits durant cette période. Ma conviction est que plus les collectionneurs

sont informés, et formés, plus ils ont envie de développer leur collection, ce qui est positif pour tout le monde. Dans ce type de projets, je tâche toujours d'agrèger toutes les bonnes volontés: artistes ou ayants droit, marchands, collectionneurs, mais aussi critiques et historiens d'art, dont l'apport est essentiel pour mettre en lumière les grands créateurs, dont certains sont injustement sous-estimés. Pour l'instant, ce sont surtout les maisons de ventes anglo-saxonnes qui ont cherché à "tester" le concept de ces expositions-ventes. Or, nous ne partageons pas forcément la même stratégie. Notre clientèle, vendeurs comme acheteurs, est constituée à 99 % de particuliers, de véritables amateurs, pas de spéculateurs! Notre ambition est donc de leur prouver que nous partageons leur passion, leur enthousiasme.

Est-ce une bonne idée qu'une maison de ventes organise des expositions ?

Les maisons de ventes vivent de facto grâce au travail effectué durant les décennies précédentes par les galeries, les marchands, les musées, les critiques... Il est juste qu'elles participent à la vie de ce milieu. Par ailleurs, notre métier vit du "flux" d'œuvres que les collectionneurs veulent bien nous confier. Je ne suis personnellement pas fan de tous les artistes dont je présente les œuvres dans le cadre de nos ventes. Ces projets "curatoriaux" nous permettent a contrario d'affirmer des engagements, un regard particulier. Dans notre cas, il est clair que la défense et la promotion de l'art français sont dans nos gènes!

“Si les maisons de ventes devaient se substituer aux galeries, il y aurait sans doute un risque de banalisation, qui serait contraire à la complémentarité que nous recherchons entre marchands et commissaires-priseurs”

res. “Ces expositions – Michel Tapié chez Christie’s, La Galerie Laclouche chez Sotheby’s – engagent Christie’s et Sotheby’s dans une direction extrêmement dangereuse pour notre
Le fait d’organiser des expositions vaut-il à l’encontre du discours habituel des maisons de ventes qui invoquent la “transparence” des enchères ?

Il est clair que la vente aux enchères publiques reste notre métier, la façon la plus naturelle et la plus efficace de proposer des œuvres à la vente. Si les maisons de ventes devaient se substituer aux galeries, il y aurait sans doute un risque de banalisation, qui serait contraire à la complémentarité que nous recherchons entre marchands et commissaires-priseurs. Cependant, les galeries et les maisons de ventes partagent le même objectif: la meilleure valorisation des artistes. Nous sommes très attentifs à la qualité de nos catalogues, qui sont un véritable vecteur de communication. Nous les adressons en effet à 5 000 collectionneurs dans le monde entier: quelle galerie peut en dire autant? De plus, la transparence des résultats est également un facteur déterminant, pour la mise en confiance des acheteurs, notamment les nouveaux entrants, qui ont besoin d’être rassurés par des échelles de prix publics et certifiés. Il me semble que cette nouvelle pratique apparaît à un moment où le métier de marchand est soumis à de rudes révolutions. Petite structure confrontée à un marché mondialisé, la galerie traditionnelle peine à passer du statut de “commerce de proximité” à

celui de “marque planétaire”. Beaucoup de galeries se ruinent pour faire des foires, dans lesquelles elles ont bien du mal à couvrir leurs frais, avec des collectionneurs qui ne viennent pas visiter la galerie par la suite. Pour couronner le tout, les foires se livrent à une concurrence féroce, et des galeries se retrouvent mises à la porte après des années d’investissement, parfois à perte. Il est donc naturel que des marchands s’interrogent sur de nouvelles stratégies. Les maisons de ventes disposent de fichiers d’acheteurs incomparables, et d’une connaissance approfondie de leurs goûts et de leurs attentes. Des marchands sont donc tentés d’aller y rechercher des clients qui sont de plus en plus difficiles à rencontrer, et à convaincre. Le recours à des “expositions” a certainement de leur point de vue la vertu de leur permettre d’accéder à ces acheteurs tout en garantissant la confidentialité des prix, utile si les œuvres ne trouvent pas preneur. Mais cela crée sans doute un risque quant à leur survie à long terme: lorsqu’un “petit” vient chercher l’aide d’un “gros”, il n’en profite en général pas bien longtemps! Organiser des expositions-ventes doit rester exceptionnel pour une maison de ventes, car la diversité des acteurs est la meilleure garantie de la diversité des expressions artistiques. Plus importante encore est l’organisation du financement de la découverte et de la promotion des artistes: là aussi, galeries et maisons de ventes devraient pouvoir collaborer plus étroitement.

RA



"On va essayer d'en faire, mais ce sont des projets onéreux, mais ce coûtent – entre le catalogue, l'assurance, etc. – de 100000 à 150000 euros." François de Ricqlès, Christie's France.

profession, celle de la sélection et de la spécialisation. En prêtant des œuvres dans ces expositions, vous pourrez certes engranger des bénéfices à court terme, mais vous prenez le risque de donner des armes aux maisons de ventes qui, demain, risquent de devenir les interlocuteurs exclusifs dans nos différents secteurs d'activité; il est clair à présent que les expositions 'occasionnelles' initialement prévues vont devenir monnaie courante, démontrant ainsi les effets pervers que nous avions soulignés avant la promulgation de la loi", indiquait-il. Pour lui, le législateur n'a sans

doute pas suffisamment mesuré les conséquences avant d'autoriser les auctionneers à pratiquer les ventes privées. "J'observe toutefois deux choses, confie-t-il. Les maisons de ventes n'ont pas l'expérience des accrochages, et l'exposition Tapié était triste et trop remplie. Ce que je trouve aussi étonnant, c'est qu'après avoir passé des années à souligner l'intérêt de la vente publique, de la transparence contre l'opacité, elles copient le modèle des galeries."

Complémentarité plus que concurrence ?

Les maisons de ventes tentent-elles de se substituer aux marchands ? Pour François de Ricqlès, la réponse est claire : les galeries peuvent faire des expositions si elles le veulent, et même monter des ventes publiques par le biais de sociétés de ventes volontaires. "Nous ne sommes pas en concurrence. On fait un travail d'intermédiation, eux de promotion, insiste pour sa part Francis Briest. Notre cœur de business reste la vente publique. La vente privée est accessoire. Les ventes privées servent pour des choses rares, exceptionnelles. Ce sont des ventes plus sophistiquées, qui demandent une attention particulière." Les ventes privées ont pourtant sauvé les auctionneers en temps de crise, et permis de pallier le faible volume d'œuvres passées sous le marteau. Même lorsque le marché de l'art s'est redressé l'an dernier, le gré à gré a continué à peser positivement dans la balance. En 2011, le volume des ventes privées de Sotheby's a progressé de 65 %, passant de 495,5 millions à 814,6 millions de dollars. Chez

Christie's, celles-ci totalisaient 808,6 millions de dollars en 2011, soit un accroissement de 50 % par rapport à 2010. Avant la légalisation des ventes, les auctionneers orchestraient des transactions par le biais de leurs filiales à l'étranger. Ainsi en 2010, la filiale new-yorkaise de Sotheby's a finalisé la vente d'un fond d'or de Girolamo da Milano, issu d'une collection française et vendue pour 3 millions de dollars au Metropolitan Museum of Art de New York. Aussi la légalisation de la vente de gré à gré permet-elle juste de mettre fin à une certaine hypocrisie. Rodica Seaward, PDG de Tajan, n'est pas très favorable à la généralisation de la vente privée. "Cela abîmerait mon métier de base. Si un vendeur me dit 'j'ai un tableau de Miro et je veux le vendre en privé', je ne le prends pas, déclare-t-elle. Mon business, c'est la maison de ventes. De plus, je ne veux pas mettre en ventes publiques les jeunes artistes que j'encourage." Néanmoins, si les premières expositions "Les artistes et ceux qui les soutiennent", étaient organisées gracieusement par Tajan, la maison de ventes demande désormais son écot en cas de vente, partageant la commission avec la galerie... L'idée fait quoi qu'il en soit son chemin auprès des maisons de ventes de plus petites tailles, mais dynamiques. Millon & Associés, qui ouvre une antenne à Bruxelles ce mois-ci, n'exclut pas l'idée d'y organiser des expositions "culturelles-commerciales", d'autant plus que son nouvel espace le lui permettrait. "Je pense faire des expo-ventes avec des thématiques comme l'art aborigène,

le design, le verre contemporain, observe Alexandre Millon. On ne nous connaît pas encore à Bruxelles et les expositions donnent un côté médiatique." ■

A lire également

lenouveleconomiste.fr
Art & entreprise > Maisons de ventes aux enchères > Le vendeur est roi - N° 1591 - 1^{er} décembre 2011

La légalisation de la vente de gré à gré permet-elle juste de mettre fin à une certaine hypocrisie

CHIFFRES REVELATEURS

Ventes en flèche

En 2011, le volume des ventes privées de Sotheby's a progressé de 65 %, passant de 495,5 M\$ à 814,6 M\$. Chez Christie's, celles-ci totalisaient 808,6 M\$ en 2011, soit un accroissement de 50 % par rapport à 2010.