



la mairie du **11<sup>e</sup>**



## SYNTHESE

### “RENCONTRE DES ACTEURS DU MARCHÉ DE L’ART : L’ARTISTE, L’OEUVRE ET LES AUTRES“

**Conférence du mardi 19 mars 2013 - Mairie du XI<sup>e</sup> arrondissement de Paris,  
organisée conjointement par l’association Jeune Création et le SYMEV,  
dans le cadre des Journées Marteau.**

### *En introduction ...*

Après avoir constaté que le monde des enchères et les artistes contemporains ne se côtoient que rarement, la mise en interaction des acteurs du marché de l'art en présence d'artistes relève d'une nécessité.

Jeune Création et le SYMEV se sont associés en vue d'esquisser les possibles voies d'évolution et de développement de ce monde encore sous l'emprise d'un phénomène de cloisonnement.

Commissaires-priseurs, experts, galeristes, collectionneurs, et artistes engagent ensemble une réflexion autour des rouages du système : le marché de l'art.

A travers une analyse sur la valeur de l'échange entre l'artiste, l'intermédiaire et le commanditaire, deux thèmes majeurs ont animé cette conférence, à savoir d'une part l'itinéraire d'une œuvre sur le marché de l'Art, et d'autre part de l'émergence à la cote de l'artiste, ainsi que la place de l'artiste contemporain et son œuvre dans les ventes publiques.

## **TABLE RONDE I**

### **« Itinéraire d'une œuvre sur le marché de l'Art : de l'émergence à la cote de l'artiste »**

#### **Intervenants :**

**Claire Chesnier**, Artiste, Prix des beaux-arts agnès 2011

**Jérémy Chabaud**, Artiste et collectionneur, Président de l'association Jeune Création

**Jean Brolly**, Directeur de la galerie Jean Brolly à Paris

**Jacques Deret**, Collectionneur, Fondateur du site Art Collector

**Nicolas Hugo**, Directeur de la galerie Nicolas Hugo à Paris

**Sébastien Ruiz**, Responsable de la Galerie du jour, fonds de dotation agnès b

**Martin Guesnet**, Directeur du département Art contemporain, Artcurial

**Modérateur : Damien Leclère**, Commissaire-priseur, Leclère Maison de Ventes aux enchères, Marseille, Vice-président du SYMEV

### **Quels rapports entretiennent les commissaires-priseurs, galeristes et collectionneurs avec les artistes ?**

Jean Brolly et Nicolas Hugo affirment que la découverte d'un artiste commence par un choc esthétique, un coup de cœur ! La promotion d'un artiste par un galeriste relève d'un engagement fort, qui n'est pas sans risque, et, d'un accompagnement tant personnel que financier.

C'est pourquoi Sébastien Ruiz rappelle qu'une relation de confiance est cruciale au bon déroulement des expositions et des projets. Instaurer un dialogue, comprendre l'œuvre et accompagner l'artiste garantissent un lien privilégié qui se définit inéluctablement comme une prise de risques. Aujourd'hui, la galerie démarché l'artiste et non l'inverse.

Ensuite, Jérémy Chabaud, représentant de la galerie de l'association Jeune Création, la définit comme un lieu laborantin, une vitrine de l'exposition annuelle Jeune Création présentant une soixantaine d'artistes émergents chaque année. Un espace de rencontre entre artistes et professionnels du marché de l'Art.

En tant que collectionneur, Jacques Deret considère qu'acquérir une œuvre d'Art dépasse le désir de possession et s'explique avant tout par la volonté d'accompagner l'artiste. L'appréhension de son univers artistique est primordiale, c'est pourquoi Jacques Deret n'achète que rarement par l'intermédiaire de galeristes. *Art collector* est un concept inédit en matière de promotion des artistes français grâce à l'engagement de collectionneurs. Ce site permet de valoriser et de diffuser le travail de l'artiste, sans faire la promotion d'une collection, ni d'une vision personnelle et subjective de l'art. A l'issue d'une exposition entièrement dédiée à l'œuvre de l'artiste, encadrée par un professionnel de l'art, un catalogue d'exposition est édité. Le projet *Art Collector* replace le collectionneur au centre du processus de diffusion et de valorisation de la création actuelle.

### **Quels sont les réseaux de vente alternatifs – autres que les Maisons de ventes et les galeries - accessibles aux jeunes artistes ?**

Alors que Jean Brolly rappelle que les Maisons de ventes portent aux enchères des artistes déjà cotés, déjà exposés en galeries, Jérémy Chabaud s'interroge sur les possibilités de faire évoluer les ventes publiques pour les mettre au service des artistes émergents.

### ***Comment les artistes émergents perçoivent le monde des enchères ?***

Selon Nicolas Hugo, les enchères exposent l'artiste au risque de l'inventu, s'il ne jouit pas d'une renommée suffisante au sein du public des Maisons de ventes.

Claire Chesnier affirme l'importance de la relation de confiance artiste-galeriste, indispensable à la bonne évolution de son parcours.

L'artiste n'envisage pas une confrontation de son travail avec un public averti, celui des Maisons de ventes. En effet, selon elle, ce public d'amateurs d'Art est par ailleurs composé de spéculateurs portant moins d'intérêt pour l'artiste lui-même que pour sa cote. Les galeristes joueraient donc un rôle prédominant dans la découverte de talents, et leur vocation serait de les conduire vers les Maisons de ventes, et non l'inverse. Ce rôle de dénicheur d'artistes émergents peut-il être joué par d'autres entités, notamment les maisons de ventes ?

### **L'incompatibilité du secteur des ventes publiques et de l'Art émergent est-elle fondée ?**

Partant du constat que la clientèle habituée des Maisons de ventes, les artistes émergents et leurs acheteurs s'ignorent, Jérémy Chabaud observe néanmoins que nous assistons aujourd'hui à un changement progressif. Des ventes aux enchères de jeunes artistes sont fréquemment organisées à l'issue de certains salons (Salon de Montrouge par exemple) et de nombreuses foires d'art contemporain.

N'est-il donc pas envisageable d'imaginer de nouveaux outils de vente en présence de nouveaux acteurs ? Ne serait-il pas pertinent de repenser les ventes publiques sous forme de mécénat ?

L'acheteur, par ce type de vente, soutient ainsi le travail de l'artiste en lui accordant un financement pour sa création.

Sébastien Ruiz rappelle que les fonds de dotation ont été créés dans ce but, afin de développer des actions de mécénat, et de soutien au travail des artistes. La vente aux enchères est un outil très spécifique, qui reste encore en dehors de ce mouvement philanthropique.

## ***Peut-on inciter les nouvelles générations de collectionneurs à acheter des œuvres d'artistes émergents en Maison de ventes ?***

L'achat d'œuvres d'art aux enchères concerne en effet peu d'élus et représente un possible retour sur investissement, ou pas. Jean Brolly insiste sur l'idée qu'acheter des œuvres d'art contemporain en vente publique relève d'une démarche spéculative.

En effet, selon lui, les Maisons de ventes ne s'imposent pas comme des places financières à haut risque, puisque l'acheteur recherche la valeur sûre. Si l'artiste est référencé sur le site Internet *Artprice*, il est fort probable que son œuvre engendre de bons résultats aux enchères. *Artprice*, leader mondial de l'information sur le marché de l'Art, garantit un prix d'adjudication rentable pour chaque acteur à l'origine de cette opération.

Martin Guesnet conclut par un bref historique du marché de l'Art. Il rappelle que deux marchés coexistent : le premier, celui des collectionneurs et des galeristes, investis d'un rôle de découvreurs, et le second, réservé aux Maisons de ventes.

Au-delà de l'acte de l'achat, la question essentielle est de comprendre ce qui incite le vendeur à utiliser le mode de transaction des enchères, et pour quelles raisons ? En résumé, le vendeur est souvent l'héritier d'une collection à laquelle il ne se sent pas intimement lié. Dans le cadre des enchères, le risque financier est d'abord considéré, l'artiste et son œuvre étant relayés au second plan.

## **TABLE RONDE II**

### **« L'artiste contemporain et son œuvre dans les ventes publiques. »**

#### **Intervenants**

**Axelle Remeaud**, Plasticienne, artiste en résidence à la Forge de Belleville – point éphémère

**Edmond Francey**, Spécialiste Art contemporain, Christie's

**Martin Guesnet**, Directeur du département Art contemporain, Artcurial

**Jean-Richard Mattès**, Expert en Art contemporain

**Vincent Pestel-Debord**, Commissaire-priseur, Pestel-Debord

**Modérateur : Damien Leclère**, Commissaire-priseur, Leclère Maison de Ventes Marseille, Vice-président du SYMEV

#### **Tendances : quelles œuvres d'art contemporain pénètrent le marché des enchères?**

Aujourd'hui les Maisons de ventes sont davantage considérées comme des musées éphémères, présentant principalement le patrimoine mobilier. Cependant, l'art contemporain au sens où nous l'entendons, est un marché encore fragile, en cours de construction, qui tente de s'affirmer.

Pour rappel, il faut distinguer le « Postwar art » de l'art contemporain. Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, la France détenait le monopole artistique et esthétique en tant que capitale culturelle mondiale. Mais, aujourd'hui, la donne a changé. Les centres artistiques se sont déplacés vers des villes économiquement attractives, qui rayonnent à l'international. Et le marché de l'Art contemporain français rencontre des difficultés à se distinguer comme une place influente.

Comme il a déjà été affirmé, seuls les artistes confirmés à la cote déjà établie sont portés aux enchères. Pour cela, l'artiste et son parcours doivent reposer sur une base institutionnelle et critique solide, et être déjà reconnu par les collectionneurs, avant d'être

vendu par un commissaire-priseur. Pour obtenir cette légitimité, l'artiste doit être présent, et très largement diffusé, dans le cadre d'expositions, de biennales, de collections publiques et privées, et de fondations. Le jeune artiste doit donc conquérir ces différentes strates afin d'exister simultanément sur les deux marchés précédemment définis.

Selon Vincent Pestel-Debord, la vente publique est un amplificateur de diffusion et permet à l'artiste de bénéficier d'une visibilité importante auprès d'un réseau international d'amateurs d'art, grâce aux nombreux outils de communication et de marketing utilisés par le commissaire-priseur : catalogue papier, catalogue en ligne, sites Internet des sociétés de ventes volontaires, plateformes de vente *live*. L'arrivée d'une œuvre sur le marché des ventes aux enchères lui assure une visibilité accrue. Enfin, l'œuvre bien adjugée suscite l'intérêt de l'ensemble des acteurs du marché de l'Art. L'artiste atteint ainsi une forme de consécration tant sur le plan esthétique que marchand.

En France, la reconnaissance des jeunes artistes est un long processus qui a débuté très récemment. Ce retard est causé par plusieurs facteurs dont, le manque de curiosité pour la culture *underground*.

### **Comment créer l'engouement autour de l'art contemporain français ?**

#### **Quelle est le rôle de la Maison de ventes dans la détermination de la cote de l'artiste?**

Est-ce à dire que la légitimité esthétique d'une œuvre trouve sa raison d'être dans sa valeur marchande ?

#### ***Un peu d'histoire...***

Les premières ventes aux enchères d'art contemporain ont eu lieu tardivement, à la fin des années 1990, chez Christie's. L'initiative de la vente de la collection Key Saatchi, qui comprenait des œuvres du mouvement YBA (Young British Artists), a complètement transformé le paysage de l'art contemporain en Grande-Bretagne. Or, aujourd'hui, les



ventes publiques d'art contemporain organisées par la plupart des sociétés de ventes volontaires n'ont lieu qu'une à deux fois par an, pour les raisons que nous avons précédemment évoquées. En effet, le second marché ne parvient pas toujours à s'adapter à ces nouvelles possibilités que représente la scène artistique d'aujourd'hui.

Jean-Richard Mattès organise environ deux ventes découvertes d'artistes émergents par an au cours desquelles il met en relation directe artistes et collectionneurs potentiels. Le processus d'achat relève ici plus d'un élan de cœur artistique que d'intentions spéculatives. Enfin, généralement, le prix de réserve varie entre 100€ et 3000€. Pour le commissaire-priseur et l'artiste, le risque financier est relativement faible. C'est donc au commissaire-priseur d'engager un travail de sensibilisation et d'initiation au contact de ces artistes.

Dans le contexte actuel, le prix des œuvres d'art reste bas, situation mal vécue par les artistes, et mal interprétée par les collectionneurs en herbe. A partir de ces données, l'insuffisance du prix sanctionne l'artiste.

A la question de savoir comment une Maison de ventes peut se réinventer, Vincent Pestel-Debord rappelle ce constat selon lequel seules les grandes sociétés de ventes volontaires organisent des ventes exceptionnelles. Mais ces « ventes stars » ne concernent que 1,5 % du produit total d'adjudication dans le monde. Vincent Pestel-Debord prône une collaboration plus étroite entre les galeries et les collectionneurs afin de faire évoluer la cote des jeunes artistes.

**Or, existe-t-il une clientèle pour ces œuvres à prix abordables ?** Cet achat accessible à la plupart des amateurs d'art, serait animé par un désir désintéressé, dont l'unique motivation résiderait dans la beauté de l'œuvre.

### *En conclusion...*

La situation économique d'un pays influe directement sur le marché de l'Art national et sur son propre développement artistique. Aujourd'hui, vendre les œuvres d'artistes émergents représente donc un risque financier supérieur, en particulier pour le commissaire-priseur français. En ce sens, les sociétés de ventes volontaires ne privilégient-elles pas un pan du marché profitant davantage aux artistes étrangers ?

Les courants artistiques français sont absents de la scène internationale, bien que leur profusion et leur qualité plastique soient incontestables. Ainsi, les grandes sociétés de ventes françaises auraient tendance à vendre des œuvres d'artistes incarnant la puissance économique et artistique de leur lieu de création (Dusseldorf, Koln, New-york, etc.), au détriment de la diffusion et de la promotion de l'art contemporain français. Mais les contours de l'art contemporain français sont flous. Difficile à appréhender, ce courant artistique est encore considéré comme diffus.

Un paradoxe subsiste. Les désirs d'achats d'œuvres d'Art sont aujourd'hui grandissants, même si, dans le même temps, il est difficile d'anticiper les comportements des acheteurs à venir. Les collectionneurs se tournent désormais vers l'ensemble des acteurs du marché de l'Art, dont les galeristes, ateliers d'artistes, et plateformes de vente aux enchères sur Internet. La dématérialisation du marché, ainsi que la vie nomade des collectionneurs, inversent la tendance ; les frontières tendent à disparaître pour laisser libre cours à une circulation plus libre et plus rapide des œuvres.

## Qui est Jeune Création ?

Plate-forme originale de soutien et de diffusion de l'art contemporain, Jeune Création est une association d'artistes qui a pour vocation de promouvoir la création plastique actuelle. L'association organise chaque année au Cent-quatre à Paris une exposition internationale d'art contemporain réunissant une soixantaine de jeunes artistes français et étrangers sélectionnés parmi plus de 2000 candidats et s'efforce de refléter la diversité et la vitalité de la création contemporaine émergente. Parallèlement à l'édition annuelle, Jeune Création a ouvert une galerie dans le 18<sup>e</sup> arrondissement de Paris permettant à ces artistes de montrer leur travail dans des conditions professionnelles. Jeune Création affirme ainsi son rôle de découverte de nouveaux talents et de soutien aux jeunes artistes en organisant également des expositions hors les murs grâce à des structures partenaires, afin de diffuser, d'échanger et de faire circuler les artistes.

### **Association Jeune Création**

24 rue Berthe 75018 Paris  
+33 (0) 1 42 54 76 36  
jeunecreation@gmail.com  
www.jeunecreation.org

### **SYMEV**

15 rue Freycinet 75116 Paris  
+33 (0) 1 45 72 67 39  
contact@symev.org  
www.symev.org