

Connaissance des Arts
Art Basel Paris, une année de transition au Grand Palais

octobre 2024 par Martine Robert



connaissance des arts

avec / with
Les Echos

FOIRE / FAIR
*Art Basel Paris
au Grand Palais*
*Art Basel Paris
at the Grand
Palais*

ENQUÊTE
Les vrais effets
du Brexit

REPORT
The real effects
of Brexit

BIEN ACHETER
La vogue de
l'art textile

HOW TO BUY
The vogue
for textile art

Le
marché
de l'art **THE ART MARKET** 2024

9 782758 012832
[Barcode]

Foires
Fairs

Du 18 au 20 octobre, la foire Paris+, rebaptisée Art Basel Paris, revient en force avec 195 galeries, soit 41 de plus qu'au Grand Palais Éphémère l'an dernier. Mais la foire n'a pas encore déployé tout son écosystème. MARTINE ROBERT

Art Basel Paris

Une année de transition au Grand Palais

Depuis son lancement, la foire Paris+, renommée sans surprise Art Basel Paris, n'a cessé de tester des « premières fois » : première fois au Grand Palais Éphémère pour son édition inaugurale montée en six mois, première fois dans ce même lieu mais avec une année entière pour s'y préparer, et maintenant première fois au Grand Palais rénové. Le tout, dans un contexte où le marché de l'art se maintient avec difficulté, comme en ont témoigné les enchères de New York en mai, en recul.

« Plusieurs marchés se côtoient, entre blue chips, talents émergents, artistes confirmés. Près de 1700 artistes ont fait leurs débuts en vente publique en 2023, donc il y a aussi une question de volume », relativise Clément Delépine, directeur de la dernière-née des déclinaisons d'Art Basel. « Une profusion qui vaut pour les expositions. Alors face à cette offre grandissante, les collectionneurs choisissent plus précisément les événements où ils se rendent. À nous de leur raconter une histoire précise et compréhensible », ajoute-t-il.

Pas de copié-collé

Autrement dit, pas question pour lui de faire à Paris un copié-collé des foires de Bâle, Miami ou Hong Kong. « Nous devons bien distinguer les quatre foires, leur contexte spécifique. Art Basel Paris s'inscrit dans une capitale au riche tissu d'institutions culturelles et d'industries créatives, dans la mode, le design, le cinéma, etc. Il y a donc une carte à jouer différente, de nouveaux partenariats à tisser, c'est un laboratoire fascinant », poursuit-il.

Pour l'heure, Art Basel Paris a renouvelé ses collaborations avec de grands musées parisiens et fondations privées, avec le Centre des Monuments nationaux, avec des écoles d'art et des marques de luxe prestigieuses. « Nous sommes aux prémices d'une conversation plus large dans le champ de la mode, du luxe et dans la transdisciplinarité », précise encore le patron d'Art Basel Paris. Avec son partenaire officiel du programme public, Miu Miu, une exposition est présentée en dialogue avec Art Basel au palais d'Iéna. Ruinart, fournisseur officiel des champagnes

↑ La nef du Grand Palais au printemps 2024 / The Grand Palais nave in the spring of 2024.



↳ Laure Prouvost, *Martijn*, 2024, verre soufflé de Murano et bronze / Murano blown glass and bronze, 167 x 24 x 24 cm, galerie Nathalie Obadia.

du lounge, y montre une installation de Pascale Marthine Tayou et Marcus Coates. Guerlain a créé un parfum présenté dans un écrin signé de l'artiste Julie Beauvils. Paco Rabanne révèle une nouvelle génération de créateurs d'art numérique récompensés par sa Rabanne Arts Factory. BMW expose *The Green Ray*, une œuvre du duo lauréat du BMW Art Makers, l'artiste Mustapha Azeroual et la curatrice Marjolaine Lévy...

Stratégie de marque

Des espaces comme celui occupé aussi par Louis Vuitton sous la nef, outre qu'ils mettent en avant les collaborations des marques avec des artistes renommés, « permettent également de ne pas trop augmenter les prix des stands pour les galeries », souligne encore Clément Delépine, conscient que « participer à Art Basel représente un investissement » pour les marchands. Si, « en matière de stratégie avec les marques, nous veillons à protéger l'image... »

Art Basel Paris

A year of transition at the Grand Palais

From 18 to 20 October, the Paris+ fair, renamed Art Basel Paris, is back in force with 195 galleries, 41 more than at the Grand Palais Éphémère last year. But the fair has yet to deploy its full ecosystem.

MARTINE ROBERT

Since its launch, the Paris+ fair – now unsurprisingly renamed Art Basel Paris – has continued its series of 'firsts': first time at the Grand Palais Éphémère for its inaugural edition, which took six months to put together; first time at the same venue but with a whole year to prepare; and now; first time at the renovated Grand Palais. All this at a moment when the art market is struggling, as evidenced by the downturn in New York auctions in May.

Clément Delépine, director of the latest Art Basel event, puts things in perspective. There are a number of different markets, including blue chips, emerging talents and established artists. Nearly 1,700 artists made their public auction debut in 2023, so there's also a question of volume. The same profusion applies to exhibitions. So, faced with this growing offer, collectors are more selective about the events they attend. It's up to us to tell them a precise and understandable story', he adds.

No cut and paste

In other words, Delépine has absolutely no plans to make Paris a 'cut and paste' version of its siblings in Basel, Miami or Hong Kong. 'We need to distinguish between the four fairs and their specific contexts', he insists. 'Art Basel Paris is held in a capital that has a rich fabric of cultural institutions and creative industries, in fashion, design, cinema and so on. It has different cards to play, new partnerships to grow. That makes it a fascinating laboratory.'

...



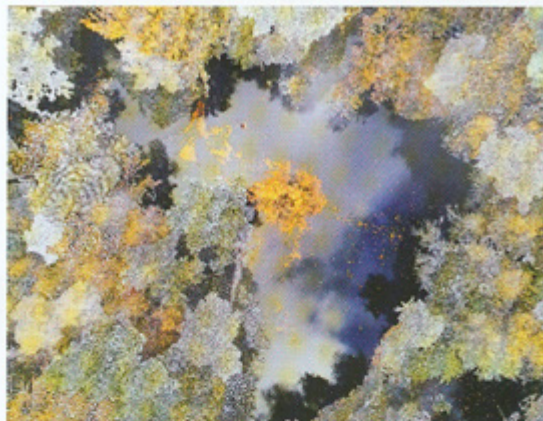
Foires Fairs

→ Raphaëlle Peria, *L'Apothéose écaillée des étoiles*, 2024, grattage sur photographie / scraping on photograph, 100 x 130 cm, galerie Papillon.

↓ Carlo Zinelli, *Sans titre*, 1968, gouache et graphite sur papier / gouache and graphite on paper, 70 x 50 cm, christian berst art brut.

... de la foire et de nos galeries, car nous avons une responsabilité institutionnelle, de leur côté, les marques rivalisent pour offrir des partenariats de qualité aux artistes », poursuit-il. D'ailleurs, « le prix médian des jeunes artistes ayant augmenté, je considère qu'il y a une place dans la foire pour des objets d'artistes, des éditions, des multiples, permettant de s'adresser à de nouveaux collectionneurs. Aujourd'hui, il y a davantage de porosité entre la mode et l'art, entre les musées et les galeries, etc. La dimension commerciale est mieux acceptée, à l'instar des T-shirt de Cyprien Gaillard chez Lafayette Anticipations », pointe Clément Delépine.

En attendant de peaufiner encore tous ces partenariats possibles, le principal défi de la foire reste cette année logistique, car les espaces du Grand Palais tout juste livrés apportent des opportunités, mais aussi des contraintes. « Il n'y a

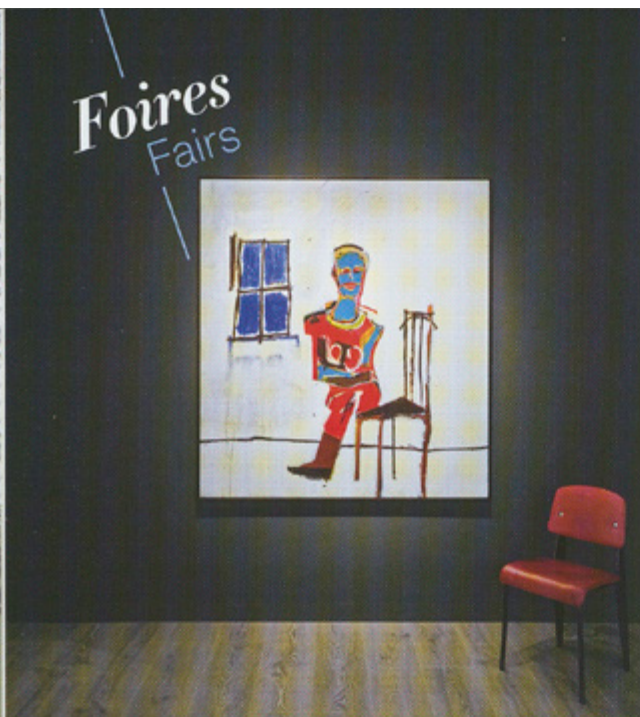


... For the time being, Art Basel Paris has renewed its partnerships with major Parisian museums and private foundations, the Centre des Monuments Nationaux, art schools and prestigious luxury brands. 'We are at the beginning of a broader curatorial field in the field of fashion, luxury and transdisciplinary approaches', notes the director of Art Basel Paris. With the official partner of its public programme, Miu Miu, Art Basel is collaborating on an exhibition at the Palais d'Iéna. Ruinart, the official champagne supplier to the lounge, is showing an installation by Pascale Marthine Tayou and Marcus Coates. Guerlain has created a perfume presented in a case designed by the artist Julie Beauflis. Paco Rabanne is showcasing a new generation of digital art creators distinguished by the Rabanne Arts Factory. And BMW is exhibiting *The Green Ray*, a work by the winning duo of BMW Art Makers, artist Mustapha Azeroual and curator Marjolaine Lévy.

Brand strategy

As Delépine points out, if the spaces such as the one occupied by Louis Vuitton in the nave showcase brands' collaborations with renowned artists, they 'also make it possible to keep stand prices down for the galleries'. He acknowledges 'taking part in Art Basel is a significant investment' for dealers. 'In terms of our strategy with brands, we are careful to protect the image of the fair and of our galleries, because we have an institutional responsibility. At the same time brands are competing to offer quality partnerships to artists.' What's more, observes Delépine, 'Since the median price for young artists has risen, I feel that there is room at the fair for artists' objects, editions and multiples, which will allow us to appeal to new collectors. These days, there's more of a porous relationship between fashion and art, between





... pas de plus bel endroit au monde pour accueillir une foire d'art mais pour Art Basel, c'est notre seul lieu patrimonial, donc on le découvre. C'est également un surcoût par rapport à un centre de congrès car nous devons respecter le bâtiment, ne rien accrocher au plafond, ne pas percer le sol... », note encore Clément Delépine.

Art Basel Paris accueille 41 galeries de plus qu'au Grand Palais Éphémère, d'autant que le restaurant Mini Palais a été transféré pour récupérer des espaces d'exposition. Sur les coursives, place à l'émergence avec seize galeries, en lien avec le groupe Galeries Lafayette et Lafayette Anticipations. « Au total, nous avons 195 emplacements et nous avons reçu le triple de demandes dont certaines intéressantes mais différentes de l'habitude; c'est pourquoi nous avons créé un espace de grande liberté curatoriale, *Premise*, avec des œuvres parfois antérieures à 1900 que nous n'aurions pas montrées avant: le Douanier ... »

Art Basel Paris, l'essentiel / Art Basel Paris, key facts

- Du 18 au 20 octobre au Grand Palais.
- 195 galeries issues de 42 pays, parmi lesquelles 53 primo-exposants et 64 galeries disposant d'espaces en France.
- Le billet d'entrée passe de 40 à 44 € mais un programme public gratuit est proposé dans de nombreux lieux.
- artbasel.com/paris

- From October 18 to 20 at the Grand Palais.
- 195 galleries from 42 countries, including 53 first-time exhibitors and 64 galleries with spaces in France.
- Admission will rise from €40 to €44, but a free public program is being organised in multiple venues.
- artbasel.com/paris

EMERGENCE

BY CLÉMENT DELÉPINE

... museums and galleries, and so on. The commercial dimension is better accepted – think of Cyprien Gaillard's T-shirts at Lafayette Anticipations.' As the fine tuning of partnerships continues, the main challenge for the fair this is a logistical one. As Delépine well knows, the newly-renovated Grand Palais brings both opportunities and constraints: 'There's no more beautiful place in the world to host an art fair, but for Art Basel, it's our only heritage venue, so we're just getting to know it. It's also more expensive than a convention centre, because we have to respect the building, so we can't go around hanging things from the ceiling or drilling holes in the floor.' Art Basel Paris will be hosting forty-one more galleries than at the Grand Palais Éphémère. The Mini Palais restaurant has been transferred elsewhere to create extra exhibition space. The balconies framing the central nave are the setting for Emergence, where sixteen galleries will be working with the Galeries Lafayette group and Lafayette Anticipations will present radical new work. 'In total, we have 195 spaces, and we've received three times as many requests, some of them interesting but different from our usual content; that's why we've created a space of great curatorial freedom, *Premise*, with works sometimes dating from before 1900 that we wouldn't have shown before, like Henri Rousseau and Séraphine Louis. To satisfy visitors' curiosity, we're showing neglected artistic practices, such as outsider art, and we're opening up to greater geographical diversity, particularly North Africa and the Middle East', continues Delépine. Prices for exhibitors vary depending on whether they are in the nave or on the first floor, to ...

▲ Jean-Michel Basquiat, *Rodo*, 1984, acrylique sur toile / acrylic on canvas, 168 x 153 cm, Van de Weghe Gallery.

▼ Max Ernst, *Figure anthropomorphe*, 1929, huile sur toile / oil on canvas, 35 x 27 cm, galerie Le Minotaure.



Foires Fairs

...
Rousseau, Séraphine Louis... Pour répondre à la curiosité du public, nous donnons à voir des pratiques artistiques négligées, comme l'art brut, et nous nous ouvrons à plus de diversité géographique, notamment vers le nord de l'Afrique et le Moyen-Orient», poursuit-il. Les prix pour les exposants varient selon qu'ils sont sous la nef ou au premier étage pour tenir compte des disparités architecturales, et les surfaces ont augmenté : elles sont désormais de 30 à 75 mètres carrés.

Petit Palais, Louvre, Tuileries, cour de l'Hôtel de la Marine, jardins du Palais-Royal, place Vendôme, avenue Winston-Churchill piétonnisée, Institut de France, Beaux-Arts de Paris, musée Delacroix... la foire essaime. Avec le nouveau président du Grand Palais, Didier Fusillier qui vient de La Villette, haut-lieu de la pluridisciplinarité, le dialogue est fluide et l'idée est de réfléchir à un événement pour célébrer la dimension publique de la foire avec de la musique, des performances. Mais pour l'heure, Didier Fusillier reste concentré sur les travaux du site, qui ne sont pas terminés.



3 questions Vincenzo de Bellis, directeur des foires d'Art Basel / Director of Fairs and Exhibition Platforms, Art Basel

Quelles sont les orientations des foires Art Basel ?

Notre objectif est d'organiser les meilleures foires d'art du monde, fertiles pour les galeries, artistes, collectionneurs, contribuant aux écosystèmes culturels dans lesquels elles se déroulent, pour une expérience exceptionnelle. Nous explorons des stratégies pour amplifier encore la portée d'Art Basel par le digital et des collaborations élargies, de la mode à l'édition.

Comment affinez-vous la complémentarité entre Paris, Bâle, Miami et Hong Kong ?

Nous avons une longue expérience d'événements à l'identité culturelle



← Chloé Royer, *Clash 20*, détail / detail, 2024, bois, silicone, pigments et prototypes de chaussures / wood, silicone, color pigment and shoe prototypes, 259 x 12 x 31 cm, galerie Loevenbruck.

↓ Alighiero Boetti, *Mappa*, 1989-1991, broderie sur tissu / embroidery on cloth, 265 x 600 cm, Tornabuoni Art.

...
take account of architectural disparities. Floor space has been increased to between 30 and 75 square metres per booth.

The Petit Palais, the Louvre, the Tuileries, the courtyard of the Hôtel de la Marine, the gardens of the Palais-Royal, Place Vendôme, the pedestrianised Avenue Winston Churchill, the Institut de France, the Beaux-Arts de Paris, the Musée Delacroix – the fair is spreading far and wide.

The fair has a fluid dialogue with the new president of the Grand Palais, Didier Fusillier, who comes from La Villette, a hub of multidisciplinary approaches. Also in the air are thoughts of an event to celebrate the public dimension of the fair with music and performances. Right now, though, Fusillier is focused on the Grand Palais site, where work is still ongoing.



spécifique. Dans le même temps, nous assistons à une pollinisation croisée entre nos foires : le programme public initié à Paris a ainsi inspiré Hong Kong et Bâle. À Hong Kong, la foire rayonne à travers l'Asie et au-delà. Bâle a des caractéristiques uniques, tel Unlimited dédié aux œuvres monumentales ; Paris met en valeur le dynamisme du microcosme de l'art français ; Miami Beach active l'incroyable énergie des scènes des Amériques.

Comment James Murdoch, en tant qu'actionnaire, est-il impliqué ?

James Murdoch et sa société Lupa Systems soutiennent notre vision, apportent une expertise des secteurs connexes. Mais la stratégie d'Art Basel est définie par le PDG, Noah Horowitz, et son équipe.

What are the orientations of Art Basel fairs?

Our aim is to organise the best art fairs in the world, fairs that are productive for galleries, artists and collectors and contribute to the cultural ecosystems that host them, adding up to

an outstanding experience. We are exploring strategies to further amplify Art Basel's reach through digital and extended collaborations, from fashion to publishing.

How do you refine the complementarity between Paris, Basel, Miami and Hong Kong?

We have a long experience of events with a specific cultural identity. At the same time, we are witnessing cross-pollination between our fairs: the public programme initiated in Paris has inspired Hong Kong and Basel. In Hong Kong, the fair has impact across Asia and beyond. Basel has unique features, such as Unlimited, dedicated to monumental works; Paris highlights the dynamism of the French art microcosm; and Miami Beach activates the incredible energy of art scenes across the Americas.

What is the involvement of shareholder James Murdoch?

James Murdoch and his company Lupa Systems support our vision, bringing expertise in related sectors. But Art Basel's strategy is defined by the CEO, Noah Horowitz, and his team.