Les Echos

Art : foire d'empoigne en régions

- Si les foires d'art se multiplient en France, rares sont les événements à l'ambition nationale ou internationale.
- Toutefois BAD +, qui s'ouvre début mai à Bordeaux, se distingue dans ce paysage par son positionnement premium.

CULTURE

Martine Robert

Dans le foisonnement des foires d'art, BAD + Art Fair, de retour à Bordeaux du 5 au 7 mai, sort du lot. Par son positionnement premium, qui mêle art et art de vivre, grâce à l'appui des châteaux bordelais. Et par le réseau de son instigateur, Jean-Daniel Compain. Longtemps à la tête de la FIAC et Paris Photo, il a su attirer des galeries parisiennes reconnues : Loeve & Co, Ingert, Christian Berst, Anne-Sarah Benichou, Bessières...

Entre les temps forts culturels (Voyage à Nantes, Lille 3000...) et la vingtaine de foires, il ne se passe pas une semaine sans que l'art contemporain ne soit en vedette sur le territoire. La concurrence est vive. Mais rares sont les événements commerciaux comparables, par leur exigence, au Salon bordelais. « *On peut citer Art-o-rama à Marseille et, dans une moindre mesure, Lille Art Up. L'ambition de BAD + se rapproche de foires européennes comme Art Rotterdam, Art genève ou Art monte-carlo* », décrypte un fin connaisseur du secteur. Le paysage hexagonal compte surtout des foires à la sélection peu regardante et à la ligne éditoriale inexistante, acceptant plus d'artistes en direct que de galeries.

« Question d'image »

« *L'art est une question d'image pour les villes. Beaucoup de ces salons n'ont pas le niveau des foires parisiennes, mais elles ont le mérite d'exister pour les artistes sans galerie* », souligne Guillaume Piens, le commissaire général d'Art Paris Art Fair. Car, en la matière, Paris aspire et beaucoup d'événements en région n'ont pas duré. Docks Art Fair, connectée à la Biennale de Lyon, n'est pas réapparue depuis le Covid et Art Fair Dijon ne donne aucune information en ligne sur une quelconque actualité cette année, après deux éditions compliquées.

« *Les gros collectionneur préfèrent acheter dans la capitale. Il y a un complexe de province* », note encore Guillaume Piens. Et les meilleures galeries ont tendance à les suivre, à l'instar de l'auvergnate Claire Gastaud, à la fois à Clermont-Ferrand et près de Beaubourg, ou du stéphanois Ceysson & Bénétière, qui a essaimé dans le Marais.

Certains organisateurs ont néanmoins trouvé la recette : l'alsacienne Art3F, créée en 2012, a essaimé dans quatorze villes françaises et sept européennes. « *Il y avait un décalage entre Paris, qui concentrait tout, et les métropoles régionales, où il y avait surtout des manifestations associatives pour amateurs. Dans ma agence de communication, avec un galériste et un artiste, nous avons eu l'idée de créer une foire conviviale dans le parc des expositions de Mulhouse. Dans la foulée, Lyon et Nantes nous ont sollicités* », raconte Serge Beninca, le fondateur et directeur de Art3F.

Des CSP+

Les adultes payaient 10 euros l'entrée – six fois moins qu'à Art Basel, le premier salon au monde –, les familles sont les bienvenues, et des groupes de jazz apportent une touche festive. A3F draine 22.000 visiteurs à Strasbourg et 35.000 à Mulhouse, venus de cinquante kilomètres à la ronde. Les stands de 9 à 72 m² (et de 130 à 200 euros le mètre carré) attirent des artistes et des galeries de bien plus loin.

« *Les villes aiment ces événements sexy, qui attirent des cadres, chefs d'entreprise, professions libérales, à fort pouvoir d'achat. Pour cet heureuson, sur certaines de nos foires, comme Reims, nous avons comme partenaires des banques. Mais pas besoin d'avoir une Rolex ou des sneakers à 1.200 euros pour aimer l'art* », observe Serge Beninca : « *Contrairement à Art Basel, visitée comme un musée par 99 % du public, car les œuvres valent de plusieurs milliers à plusieurs millions d'euros, nos prix commencent à quelques centaines d'euros, avec un panier plutôt entre 1.500 et 15.000 euros.* »

Art3F est devenu le premier organisateur européen de foires d'art en région, avec un chiffre d'affaires de 5 millions. Ce qui ne présage en rien des ventes réalisées par ses exposants. Car le modèle a ses limites. « *J'ai participé à Art3F à Paris, Nantes, Bordeaux. Je n'y ai fait aucune vente. Les organisateurs attirent les galeries pour valoriser la foire, mais les clients regardent les prix plus bas des artistes en direct* », se souvient un marchand déçu. Par ailleurs, il n'y a pas d'identité régionale spécifique à chaque foire, « *sinon on ne remplirait pas* », justifie Serge Beninca. Art3F a d'ailleurs connu quelques échecs comme à Rennes, abandonné pour ne pas abîmer sa marque.

> « Les gros collectionneurs préfèrent acheter dans la capitale. Il y a un complexe de province »
> **GUILLAUME PIENS**
> Commissaire général d'Art Paris Art Fair

Ecosystème

Art Shopping, lui, mise sur la mutualisation pour réduire ses coûts et renforcer sa puissance promotionnelle, cette fois dans les stations balnéaires chics. Deauville attire 100 exposants et plus de 6.000 visiteurs, Parisiens et Normands, et Biarritz, 50 exposants et plus de 8.000 visiteurs en provenance de Bayonne-Anglet-Biarritz, des Landes et l'Espagne. « *Nous étions aussi à La Baule, où nous recherchons actuellement un lieu plus adapté, et sommes en contact avec Le Touquet* », confie Myriam Castanet, sa directrice, qui accueille une majorité d'artistes sans galerie.

Malgré l'engouement pour l'art contemporain – à l'échelle de la planète, l'art d'après-Seconde Guerre mondiale et contemporain pèse 54 % des ventes aux enchères d'art toutes époques confondues et c'est probablement plus chez les marchands –, ces foires ont besoin d'un écosystème culturel fort pour éclore comme en ont Nantes, Arles, Lille, Lyon, Marseille, Nice... « Seules les villes aux marques mondiales peuvent attirer des salons au prestige international », dit Jean-Daniel Compain, citant, outre Bordeaux, Cannes et Deauville, où il ne s'interdit pas d'aller. ■

Art3F, présent dans quatorze villes françaises et même sept européennes, est devenu le premier organisateur européen de foires d'art en région, avec un chiffre d'affaires de 5 millions. *Photo David Lai/art3f*

Deauville a changé son image grâce à l'art

Des Franciscaines à Art Shopping en passant par ses multiples festivals, la cité balnéaire a renforcé son attractivité et s'est insérée dans un réseau d'institutions culturelles premium.

Plus de cent tirages mythiques d'Irving Penn, figure majeure du magazine « Vogue » pendant soixante ans, sont actuellement prêtés par la Maison européenne de la photographie aux Franciscaines de Deauville, dans le Calvados : un joli coup pour la cité normande et son nouveau paquebot culturel, où l'on peut voir aussi une exposition sur la pop culture réunissant des œuvres de la Fondation Carnignac, de collections privées et de galeries. Cet ancien couvent, qui a reçu 400.000 visiteurs en deux ans, s'est déjà vu accorder des prêts par le centre Pompidou, Orsay, Le Louvre ou le musée Yves-Saint-Laurent.

Comment cette station balnéaire de 4.000 habitants à l'année (et 32.000 l'été), a-t-elle réussi à s'intégrer en si peu de temps dans un tel réseau d'institutions prestigieuses ? « *Nous avons toujours considéré la culture comme fondamentale, en termes d'attractivité et de lien social. Et cela a croisé notre stratégie de faire de l'événementiel un moteur économique et touristique* », explique le maire, Philippe Augier (Horizons), qui enchaîne temps forts et festivals : littérature en avril, musique classique à Pâques et en août, musiques actuelles en mai, manga en juillet, cinéma américain en septembre, photo en octobre, art contemporain avec la foire Art Shopping en novembre...

« *Cette offre est un élément de fierté pour les habitants et de transformation de l'image auprès des visiteurs, de station bling-bling à ville culturelle* », plaide le maire, qui se félicite d'avoir même réussi à susciter la curiosité des adolescents : « *Les Franciscaines ont joué le rôle d'accélérateur par leur proposition originale et rétissant la médiathèque, les galeries d'expositions temporaires, le musée numérique, le Fablab, l'auditorium...* »

De Soulages à Zao Wou-Ki

De Soulages à Zao Wou-Ki, bien d'autres artistes contemporains de renom seront bientôt montrés aux Franciscaines, qui pilotent désormais le budget de l'ensemble des événements culturels de Deauville, soit 6 millions (dont 3,9 millions de subventions). En parallèle, la foire Art Shopping, aux prix abordables, séduit les amateurs qui ont l'opportunité de dialoguer avec les créateurs présents, puis de découvrir, sur la plage et dans la ville, les photos géantes du festival Planches Contact.

Cet écosystème a conforté la directrice d'Art Shopping, Myriam Castanet, dans son choix de s'implanter dans la commune, estimant le terreau favorable et les échanges de visibilité indispensables. Des interconnexions en tous sens qui génèrent des initiatives privées, à l'instar de l'implantation d'une nouvelle galerie, dans une ville qui compte déjà une maison de ventes aux enchères et plusieurs antiquaires... L'ex-directeur de la FIAC, Jean-Daniel Compain, ne s'en cache d'ailleurs pas : créer dans l'acité normande un parc de sculptures ne serait pas pour lui déplaire. — **M. R.**

Avec BAD +, Bordeaux espère gagner en visibilité

La seconde édition de la foire d'art contemporain compte sur les grandes propriétés viticoles pour attirer des collectionneurs internationaux.

Frank Niedercorn
— Correspondant à Bordeaux

L'art contemporain revient pour la deuxième année sur les bords de la Garonne. La foire BAD + Art Fair est organisée du 5 au 7 mai au sein du Hangar 14, à Bordeaux. L'an dernier, la manifestation avait attiré 5.000 personnes. A vec 55 galeries présentes, l'objectif de la foire, qui associe l'art contemporain et l'art de vivre, se rade l'air mieux.

« *C'est une idée que j'ai depuis longtemps et qui, malgré 300 foires d'art contemporain dans le monde, n'existe pas ailleurs. Je ne pouvais la mettre en œuvre ailleurs qu'à Bordeaux, une ville raffinée avec la présence d'une population ayant les moyens, qui n'avait justement pas d'événement de ce genre* », explique Jean-Daniel Compain, le créateur de l'événement et commissaire général, ancien patron de la FIAC et lui-même bordelais. L'idée a séduit. « *Ce positionnement associant art et art de vivre correspondant à celui de notre galerie avec des artistes mais aussi des designers ou ébénistes faisant des pièces de mobilier uniques* », explique Maeva Cence, directrice du développement de Art Gentiers.

Programmation off

Le succès des foires se juge aussi à l'aune des affaires qui se font sur les stands. Pour séduire des visiteurs au pouvoir d'achat important, la manifestation joue la carte des grands vignobles. L'art contemporain constitue pour certains propriétaires un argument de poids pour promouvoir l'image de leurs crus. A l'image de Bernard Magrez, propriétaire de Pape Clement, de Cèline et Jean-Pierre Foubet à Chasse-Spleen, de Florence et Daniel Cathiard à Smith Haut Lafitte ou de Philippe Raoux à château d'Arsac. Par petits groupes, certains visiteurs vont ainsi profiter de visites privilégiées dans huit propriétés viticoles partenaires.

> Par petits groupes, certains visiteurs vont profiter de visites privilégiées dans huit propriétés viticoles partenaires.

Comme il l'avait fait à la FIAC, Jean-Daniel Compain a voulu mettre « *l'art dans la ville* » en s'appuyant sur les institutions et, surtout, sur les artistes locaux afin de nourrir une programmation off. A l'inverse d'Evento, éphémère biennale de l'art contemporain qui avait oublié les artistes locaux, cette foire peut-elle donner une impulsion à un marché atone ?

A Bordeaux, l'art contemporain n'est guère sorti des grandes propriétés. A quelques exceptions, comme Bernard Magrez qui a créé son Institut culturel. Quand Château Lynch-Bages, partenaire de la foire, organise chaque année sa grande exposition, il le fait en partenariat avec la galerie parisienne et new-yorkaise Lelong. Si bien que l'on ne recense pas plus de cinq galeries à Bordeaux. « *On est loin du dynamisme que l'on observe à Lyon, Marseille, Nantes ou Rennes. Créer un marché privé et efficace de l'art contemporain est une nécessité* », plaide Christian Pallatier, président de l'association Bordeaux art contemporain et directeur artistique de Bakery Art Gallery, espérant « *une très belle surprise avec BAD +* ». ■