

ANALYSE

Les galeries françaises jugent Art Basel Miami Beach 2018

Comment les galeries françaises présentes sur la foire de Floride ont-elles jugé l'édition 2018 (du 6 au 9 décembre) ? Toujours d'aussi bonne qualité, avec de belles transactions, mais avec un public a priori moins facile que les années précédentes. Voici un échantillon significatif de leurs réponses.

Par Rafael Pic



Vue de la foire Art Basel Miami 2018.

Le panorama était diversifié. Sur la vingtaine de galeries françaises recensées cette année dans les différents secteurs, certaines sont présentes depuis très longtemps (Chantal Crousel depuis les débuts de la foire en 2002, Perrotin depuis 2004, Almine Rech depuis 2005, Jocelyn Wolff depuis 2008), d'autres sont plus neuves (Mor Charpentier depuis 2012, Nathalie Obadia depuis 2013, Applicat-Prazan et Ceysson & Bénétière depuis 2017) ou faisaient carrément leurs débuts (Christophe Gaillard et Jérôme Poggi). Certaines n'ont pas manqué une édition, d'autres faisaient leur retour (Templon, qui n'avait pas participé depuis 2012, ou Vallois). Certaines galeries acheminent tout depuis Paris, d'autres ont plusieurs implantations (Lelong, Templon, Tornabuoni ou, le nouveau venu, Max Hetzler) et le choix se fait principalement depuis l'antenne locale (New York pour Almine Rech). Les ressentis sur la fréquentation et la clientèle sont variés, preuve qu'il est difficile de juger de manière tranchée... Ainsi Loïc Bénétière s'est dit « surpris du peu de collectionneurs français », mais a estimé que « les collectionneurs sud-américains et américains étaient bien présents et

actifs » ; tandis que Jocelyn Wolff s'est plaint d'une « édition molle, du fait de la faiblesse du Brésil ». Niklas Svennung (chez Chantal Crousel) a noté « une présence réduite des collectionneurs de New York et d'Europe, compensée par l'engouement d'Amérique centrale et du Sud ». Nathalie Obadia a identifié « de nouveaux acheteurs de 40-50 ans, qui commencent une collection ». On a observé chez Max Hetzler, des acheteurs « américains, européens, mais aussi libanais et brésiliens ». Philippe Charpentier a déploré « une plus grande lenteur dans les prises de décision, ainsi qu'un sentiment d'incertitude plus grand qu'auparavant ». On vient évidemment à Miami pour affaires, mais peut-on facilement déterminer la part du chiffre d'affaires annuel imputable à l'événement ? Les réponses varient entre 2% chez Jocelyn Wolff et 5% chez Ceysson & Bénétière, jusqu'à 7% chez Mor Charpentier et 15% chez Applicat-Prazan en 2017. Mais tous concordent sur le fait qu'il s'agit d'une course de fond : certaines négociations ne se concluent que des semaines plus tard. Plus important : qu'ont-ils vendu ? Nous leur laissons la parole pour des commentaires détaillés. /...