



## MARCHÉ

# TEFAF ONLINE : UNE PREMIÈRE ENCOURAGEANTE

*Des contacts mais aussi quelques ventes : les exposants et les organisateurs, privés de l'édition new-yorkaise, ont trouvé globalement leur compte dans cette version numérique de la foire*

### FOIRE D'ART ET D'ANTIQUITÉS

**New York.** Contrainte d'annuler sa présentation new-yorkaise de l'automne, Tefaf (The European Art Fair) a conçu – à l'instar d'autres foires qui n'ont pu se tenir physiquement en raison de la crise sanitaire – une version entièrement numérique, qui a eu lieu du 1<sup>er</sup> au 4 novembre. Pour cette première version, ouverte gratuitement aux exposants tant de Maastricht que de New York, soit 300 en tout, couvrant 7 000 ans d'histoire de l'art, les participants ont été conviés à mettre en ligne une seule œuvre, représentative de leur spécialité. Une initiative unanimement saluée.

La plateforme, plutôt chic, avec ses œuvres présentées sur fond

noir, n'était donc pas une « viewing room » [un espace d'exposition] mais plutôt une vitrine – l'ordre d'apparition des œuvres se renouvelant en permanence. En cliquant sur l'image, le visiteur accédait à une présentation détaillée de l'objet tandis que certains exposants avaient posté des vidéos. Certains, même, avaient indiqué un prix. « Nous avons eu un retour positif de la part des exposants, heureux que Tefaf fasse ses premiers pas dans le monde du digital », a rapporté Laura Kugel, qui a intégré cette année le conseil d'administration de la foire et s'est beaucoup investie dans le projet. « Une foire "on line", c'est mieux que rien et Tefaf reste un grand nom, connu de tous les collectionneurs internationaux. Nous aurions tort de nous en priver », a confié un des participants.



Paul Cézanne, *Jeune fille à la poupée*, vers 1895, huile sur toile, 92 x 73 cm ; proposée sur Tefaf Online 2020. © Acquavella Galleries, New York.

Si des marchands ont joué le jeu en mettant en vente une pièce importante, à l'instar d'Acquavella Galleries (New York) avec la toile *Jeune fille à la poupée*, vers 1894-1896, de Cézanne [voir ill.] (affichée au-delà de 15 M\$, 1,3 M€), ou de la galerie Françoise Léage (Paris) avec une paire de candélabres, vers 1770, par Jean-Jacques Caffieri

(autour de 1 M€) ; d'autres ont montré, certes, des pièces de qualité – mais pas des chefs-d'œuvre, et parfois déjà vues maintes fois. « Personne ne prend le risque de mettre en ligne une œuvre inédite car après elle est grillée », s'est justifié un exposant. « Pour acheter un objet important, il faut le voir », estime quant à lui Guillaume Léage.

Parmi les marchands interrogés, certains ont avoué n'avoir reçu aucune demande (l'internaute pouvait cliquer sur « *débuter une conversation* » afin d'entrer en contact avec eux) ; d'autres, même s'ils n'ont pas vendu leur pièce, ont eu quelques demandes et des contacts, « *ce qui n'est pas négatif* », a commenté Bernard Dulon (Paris).

### 30 000 visites en 5 jours

Mais plusieurs ventes se sont concrétisées : *Intérieur avec une femme debout*, 1913, de Vilhelm Hammershøi, pour 5 millions de dollars [4,2 M€] (Di Donna Galleries, New York) ; *Marie Madeleine*, XVII<sup>e</sup> siècle, d'Orsola Maddalena Caccia (Canesso, Paris) ; *Vue depuis une fenêtre ouverte*, Copenhague, 1845, de Julius Exner (Didier Aaron, Paris) ou encore *Le Petit Bonhomme du désert*, 1950, de Karel Appel (Applicat-Prazan, Paris).

Au final, en cinq jours, le site a comptabilisé 30 000 visites, un chiffre encourageant au regard du contexte morose de pandémie, reconfinement et tensions autour de l'élection présidentielle américaine.

Maintenant que Tefaf a franchi le pas du digital, elle compte bien poursuivre sur cette voie, en parallèle de ses foires physiques. « Cela permet de toucher un autre public, sans oublier que parfois, abstraction faite du contexte sanitaire actuel, les visiteurs ne peuvent pas toujours voyager », explique un porte-parole de Tefaf.

● MARIE POTARD