

## MARCHÉ

# FAB PARIS ÉLARGIT SON PUBLIC MAIS NE PARVIENT PAS ENCORE À S'INTERNATIONALISER

*Le salon confirme sa progression avec plus de collectionneurs européens. Mais il devra encore renforcer son ouverture*



Maud Hunt Squire, *Au café d'Harcourt, Boul'Mich*, vers 1909, gouache sur coton, 37 x 35 cm. © Galerie Drylewicz.

## SALON

**Paris.** FAB Paris a confirmé sa montée en puissance avec une édition marquée par une ambiance conviviale, une qualité accrue des présentations et une fréquentation qui commence à s'élargir au-delà du cercle franco-français. Le succès s'est particulièrement manifesté dès le vernissage, qui a attiré 6 000 visiteurs contre 3 100 en 2024. Le trio formé de l'exposition collective « Beautés désordonnées », sous le commissariat de Jean-Hubert Martin – qui avait sélectionné des œuvres de cinq galeries (Georges-Philippe & Nathalie Vallois, Brimo de Laroussilhe, 1900-2000, Clavreuil et Didier Claes) – de l'enseignante canadienne Landau avec un stand de 240 m<sup>2</sup> et la présence de *Corde sensible*, de Magritte, (45 M€) et de la présentation de chefs-d'œuvre Art déco par Vallois, a stimulé cette progression.

Les transactions ont été nombreuses dès le premier soir, contrastant avec la précédente édition jugée timide. Xavier Eeckhout a vendu son *Foulque* de Pompon dès l'ouverture, ainsi que plusieurs autres pièces (entre 800 et 200 000 €), cédées notamment à trois nouveaux clients. Chez Steinitz, les ventes ont concerné une paire de candélabres par François-Thomas Germain provenant de la collection Rothschild, quand une paire de chenets livrés en 1754 pour Louis XV au château de la Muette, était réservée (au-dessus d'1 M€). Jean-Christophe Charbonnier s'est déclaré satisfait avec plus de la moitié de son stand vendu, dont l'une de ses pièces phares, une armure japonaise du XVII<sup>e</sup> conçue

par Noguchi Zesai. Jean-François Cazeau a cédé plusieurs œuvres de Niki de Saint Phalle, dont *La Conversation* (170 000 €) et *Chat Lampe* (95 000 €). « Nous avons vendu une dizaine d'œuvres, dont un Laurencin, un Vieira da Silva, plusieurs Gromaire et un Nicolas de Staël (autour de 300 000 €), a souligné Florence Chibret de la galerie de la Présidence. J'étais inquiète au départ, mais le public était là et nous avons conclu avec des clients fidèles et deux nouveaux collectionneurs. »

Les musées français et étrangers se sont montrés actifs. Le Louvre s'est positionné sur une *Tête de chérubin* attribuée à Germain Pilon chez Sismann, tandis que le Musée d'Orsay a acquis des gouaches de Maud Hunt-Squire, vers 1909, chez Drylewicz. Le Musée d'Orléans a acheté une paire de pastel d'Antonin Moine (*Jouvenceau et jouvencelle*) auprès de Mendès, qui a également vendu le plâtre *L'Homme* de Pierre Traverse (modèle pour une sculpture du Trocadéro) à un collectionneur outre-Atlantique ; tandis que la galerie de Bayser a cédé *Paysage du Nil* de Charles Cottet à un musée européen. Plusieurs institutions américaines (Met, National Gallery de Washington, Art Institute de Chicago) ont visité la foire. Le musée de Houston a même jeté son dévolu sur un projet de fontaine (1859), d'Alexandre Falguière, chez Nicolas Bourriaud.

La qualité générale de l'offre a été jugée en progrès, même si quelques stands étaient plus faibles. L'organisation a été saluée par les exposants, compte tenu des contraintes logistiques du Grand Palais. Le décor, avec ses moquettes bleu électrique et violet soutenu, a en revanche divisé, certains regrettant le manque de sobriété et

d'aménagements pour le confort des visiteurs.

Reste une faiblesse structurelle : une présence encore trop réduite de marchands étrangers, qui freine l'internationalisation de la clientèle. Malgré quelques galeries étrangères et davantage de collectionneurs européens qu'en 2024 (belges, suisses, hollandais et anglais), l'essentiel demeure trop franco-français. Louis de Bayser, le président du salon, le reconnaît : « Pour que le salon prenne une vraie dimension internationale, il faudrait 15 à 20 marchands internationaux en plus. Dans l'esprit des clients, s'il y a des marchands étrangers, c'est un salon international ; s'il n'y a que des Français, c'est un salon local. »



Germain Pilon,  
*Tête de chérubin*  
provenant du  
tombeau de Valentine  
Balbiani, France,  
1573-1574, marbre  
blanc, 27 x 14 cm.  
© Galerie Sismann.

Cette analyse rejoint celle de Franck Prazan : « C'est un salon essentiellement français, mais qui a vocation à s'ouvrir. Le modèle vertueux, c'est celui où les grands marchands étrangers s'installent – et on les attirera en augmentant toujours plus la qualité – qui a leur tour apportent leurs clients, stimulant ainsi la venue de nouveaux exposants. C'est progressif : il faut du temps pour

atteindre une masse critique, mais le mouvement est enclenché. »

Avancé de deux mois, le rendez-vous de septembre a fait l'unanimité. Les collectionneurs, selon Louis de Bayser, ont apprécié de renouer avec l'art après la pause estivale, dans un calendrier encore léger, avant l'avalanche d'événements de l'automne.

● MARIE POTARD