

Press Reviews

Béatrice de Rochebouët, 'Face au Covid-19, le marché de l'art profite du online', Le Figaro, March 2021



Vente d'art du XXe siècle chez Christie's, baptisée «One» et organisée sur le principe d'une course relais entre Hongkong, Paris, Londres et New York. Christie's

Les maisons de ventes ont su résister à la crise sanitaire en décloisonnant les frontières et en mariant les genres. Le marché de l'art a plutôt bien survécu à l'onde de choc du Covid-19. La demande reste forte même si l'offre s'est rétrécie (peu ou pas d'œuvres au-dessus de 50 millions de dollars) et les chiffres 2020 pour la France sont en baisse: jusqu'à 45 % pour Drouot, contre 24 % pour Artcurial, 31 % pour Sotheby's et 13,5 % pour Christie's. Une chute compensée par l'explosion des ventes privées: plus d'un milliard d'euros pour les deux leaders, Christie's et Sotheby's, plus 50 % en 2020. Masquant les difficultés, les résultats sont parfois insolents: deux ventes en gants blancs - 100 % de vendu! - pour la collection du couple d'artistes Christo et Jeanne-Claude (8 millions d'euros), le 17 février chez Sotheby's, et pour la collection Treillard, l'assistant de Man Ray (6 millions d'euros), le 2 mars, chez Christie's.

Les résultats dans les galeries étant moins transparents, celles-ci n'ont qu'un seul credo: «On ne s'en sort pas si mal! Le taux de fréquentation, malgré les règles sanitaires, n'a jamais été aussi élevé, preuve de l'appétit des collectionneurs.» Récemment, toutes les toiles de Paul de Flers chez Almine Rech et Pierre Seinturier chez Vallois, deux artistes trentenaires à moins de 20.000 euros, ont été vendues en un éclair. La réalité est plus contrastée chez les plus petites enseignes...

Marier les genres

La fermeture des musées et l'annulation (ou le report) des grandes foires (Art Basel, Frieze ou Fiac) ont fait des maisons de ventes comme des galeries les seuls lieux culturels accessibles au public. Elles en ont nettement profité car les foires online, pas assez révolutionnaires, ne sont pas près de remplacer les habitudes du monde de l'art qui aime échanger et voir. Mais la révolution est en marche dans la jeune génération qui croit à fond au digital et à la blockchain. Le record, pulvérisé jeudi 11 mars, de 69,3 millions de dollars pour la première œuvre 100 % numérique, signée Mike Winkelmann, dit Beeple, et achetée en cryptomonnaie, en dit long sur l'avenir de ce nouveau secteur dans l'art contemporain.

La fermeture des musées et l'annulation (ou le report) des grandes foires ont fait des maisons de ventes comme des galeries les seuls lieux culturels accessibles au public. Si le domaine des enchères a bien résisté, c'est qu'il a montré sa capacité à s'adapter en décloisonnant les frontières et en mariant les genres. Il s'est rapidement réinventé avec de nouveaux modèles. Ainsi en fut-il des quatre heures et demie de vente marathon en juin, pendant lesquelles Oliver Barker, président de Sotheby's Europe, a réalisé un show télévisé, face à huit écrans en direct de Londres, New York et Hongkong (363 millions de dollars).

Et aussi de la vente d'art du XXe siècle, un mois plus tard chez Christie's, baptisée «One», sur le principe d'une course relais entre Hongkong, Paris, Londres et New York (421 millions de dollars). Le online a fait un bond de géant (plus de 200 ventes pour Christie's, contre 87 en 2019), notamment pour le luxe (horlogerie, sacs à main, bijoux, vin...), dont les ventes ont quadruplé chez Sotheby's (230 contre 56 en 2019). Le domaine des bijoux compte 82 % de ventes en plus cette année pour Christie's, 32 % de nouveaux acheteurs. Sans la crise, cette dernière n'aurait jamais osé vendre en ligne un diamant de 28,8 carats adjugé 2,1 millions de dollars!