



ARTS

## Un marché de l'art en plein essor

BY OLIVIER RACHET 16 JUIN 2021



Vues d'exposition de Jems Koko Bi à la galerie Cécile Fakhoury d'Abidjan, crédit photo : Issam Zeljy

Temps de lecture: 3 minutes

**L**e marché de l'art sur le continent africain ne semble pas connaître la crise. En dépit d'un ralentissement lié à la pandémie de Covid-19, les ventes sont au beau fixe et les chiffres d'affaires prospèrent.

Depuis plus d'un an, le marché de l'art a connu, sur le continent africain, un ralentissement certain. La fermeture des galeries, l'annulation des biennales d'art contemporain et des foires telles que celles de Marrakech au Maroc (1<sup>54</sup> Art Contemporary Art Fair), de Lagos au Nigéria (Art X Lagos) ou de Cape Town (Cape Town Art Fair) en Afrique du Sud, n'ont guère facilité la rencontre des collectionneurs et des artistes. Paradoxalement, cette situation a pu constituer une aubaine financière, compte-tenu du coût exorbitant que représente par exemple la participation à une foire internationale que le fondateur de la galerie *on line* African Arty, Jacques-Antoine Gannat, estime jusqu'à 10 000 euros. « *L'arrivée du Covid-19 nous a confortés dans notre modèle de développement* », explique de son côté la galeriste Cécile Fakhoury, dirigeant 3 espaces dédiés à l'art africain, à Dakar, Abidjan et un *showroom* à Paris. « *L'équilibre de nos galeries ne peut plus reposer entièrement sur les foires* », ajoute celle qui souhaite recentrer ses activités sur le public local et accompagner au plus près les artistes qu'elle représente.

### Une digitalisation à marche forcée

La crise sanitaire a d'autre part accéléré un tournant digital que beaucoup avaient déjà amorcé. Digitalisation des catalogues, alimentation des différents réseaux sociaux, dont l'application Instagram qui se taille la part du lion. « Dans les périodes où je communique beaucoup, explique Jacques-Antoine Gannat, je multiplie de façon exponentielle les taux de fréquentation. Mais dès que l'on s'arrête, on perd ce boom. Il faut toujours alimenter le monstre ! » Plus circonspecte, Cécile Fakhoury ne pense pas « que le digital puisse remplacer une expo ». Certes, ces outils « offrent une plus grande visibilité, mais les collectionneurs ont aussi besoin de voir les pièces qu'ils achètent. » La co-fondatrice et directrice de la LouiSimone Guirandou Gallery d'Abidjan, Gazelle Guirandou penche aussi en ce sens : « Le marché de l'art en digital a ses avantages, explique-t-elle, mais on ne peut se passer du présentiel. On a besoin de sentir les œuvres, de les voir. » Les résultats sont là : des galeries aux maisons de vente, tous ont vu leur chiffre d'affaires plus ou moins augmenter depuis un an. « On résiste plutôt bien, confirme Cécile Fakhoury. Commercialement, on vend même plutôt bien. » Même son de cloche chez la filière marocaine de la maison de ventes Artcurial, installée à Marrakech depuis le mois de décembre 2020. « Notre bilan est très positif, commente le directeur de la filière Artcurial au Maroc, Olivier Berman. Je pense qu'on a, sans prétention, comblé un manque sur le marché local, grâce à des procédures plus transparentes qui sont les mêmes qu'à Paris. Une confiance s'est installée entre la clientèle marocaine et nous. » Les chiffres parlent d'eux-mêmes : en 2019, la vente inaugurale organisée par Artcurial a atteint 3,8 millions d'euros. Celle de décembre 2021 : 2,7 millions et la dernière en date, 1,8 millions d'euros.

### Une nouvelle génération de collectionneurs

De son côté, le profil des collectionneurs a tendance à rajeunir et, parfois à se diversifier. « La clientèle se rajeunit de plus en plus, constate Olivier Berman. C'est une clientèle curieuse dont la moyenne d'âge se situe entre 35 et 50 ans. » Une clientèle plutôt bourgeoise, aisée, qui certes est souvent consciente d'effectuer un investissement, mais qui reste passionnée d'art, notamment de l'art contemporain africain qui a le vent en poupe. « Notre clientèle s'est élargie géographiquement depuis un an », observe Jacques-Antoine Gannat, en évoquant le cas de collectionneurs sud-coréens ou danois. « Beaucoup de jeunes de la diaspora, qui ont un lien culturel et affectif avec le continent, qu'ils soient anglophones ou francophones, ajoute Cécile Fakhoury, arrivent à nous via les plateformes digitales. » Un nouveau public qui n'hésite pas à miser sur des artistes émergents tels que le photographe Alun Be ou la street artiste Yseult Digan, plus connue sous son blaze YZ. « Contrairement à ce que l'on pourrait croire, précise Gazelle Guirandou, la photographie se vend d'ailleurs plutôt bien. »

### Un avenir sans nuages ?

Comme tous les marchés, celui de l'art est aussi hautement spéculatif. Sans doute l'art moderne et contemporain a-t-il constitué, depuis le début de la crise sanitaire une valeur refuge. Mais beaucoup d'acteurs sont conscients qu'il s'agira aussi désormais de réinventer un modèle qui a fait ses preuves, en se recentrant davantage sur les artistes et un public local, en encourageant un modèle économique plus durable. « L'art sera le grand gagnant de cette funeste histoire, prédit de son côté le fondateur de la galerie Shart à Casablanca, Hassan Sefrioui. Il prendra une place encore plus importante dans la vie intellectuelle des gens. » Au détriment peut-être des collectionneurs, à voir ?

Par : Olivier Rachtet.