



“L'idée est d'exposer de l'art contemporain avec des outils contemporains.” Marc Réveillaud, Dexter Gallery.

Le secteur manque encore d'organisation et doit mûrir. Il se limite pour le moment à une multiplication d'aventures personnelles mais n'est absolument pas structuré en réseau, et semble, de fait, encore fragile

une galerie nomade? A quelles occasions et dans quels types de lieux ces galeristes profondément ancrés dans le XXI^e siècle peuvent-ils exposer leurs artistes? En dehors d'événements exceptionnels comme la vente réalisée par la Dexter Gallery dans un avion, il existe trois temps majeurs. Tout d'abord, les expositions réalisées dans des espaces privés, chez des particuliers, généralement le temps d'un week-end. Dans ce cas précis, les galeries misent sur leur réseau de proximité et privilégient donc, pour des raisons pratiques, la ville dans laquelle elles sont installées. Deuxième possibilité, investir d'autres galeries ou espaces d'exposition, prêtés ou loués. Une galerie nomade peut ainsi nouer un partenariat avec une galerie physique et lui prêter des œuvres pour qu'elle les expose pendant un certain temps, ou louer un espace d'exposition – à l'image du Point Éphémère à Paris – pour une durée de deux ou trois semaines. “Dans ces cas, je privilégie les lieux situés dans des endroits stratégiques, ayant une forte visibilité et une importante consonance culturelle, comme dans le quartier du Centre Pompidou à Paris, ou sur la Place du Forum à Arles” précise Céline Moine. Enfin, troisième possibilité, les foires et les salons. Mais pour passer les portes des comités de sélection, il est nécessaire d'avoir fait ses preuves au préalable et de commencer à être reconnu. Les galeries itinérantes ne bénéficiant pas d'organe fédérateur tel que le Comité professionnel des galeries d'art, puisqu'elles ne disposent pas d'un lieu d'exposition fixe, le réseau personnel et les rencontres restent le vecteur privilégié pour trouver ces espaces. “Comme dans beaucoup d'autres domaines: relations, démarchage et contacts, résume Lydie Marchi. Et il ne faut pas hésiter à investir des espaces non traditionnels.” Dernièrement, la galeriste marseillaise a ainsi organisé des expositions dans une salle de boxe berlinoise ou dans une salle de conférence. Le stockage des œuvres, lui, s'effectue soit chez l'artiste, soit dans les bureaux de la galerie, dans lesquels les collectionneurs intéressés peuvent, à l'occasion, passer les voir. Mais qui ne constituent pas un lieu d'exposition: “Nos bureaux sont en fait notre appartement, détaille Xavier Prieur, de la toute jeune galerie Brumaire, née en janvier dernier à Paris et ayant notamment exposé dans le quartier du Marais et dans celui de République. Nous y stockons par exemple les œuvres de nos artistes qui viennent de l'étranger, pour éviter qu'elles ne s'abîment au cours d'incessants transports. Les clients peuvent passer, mais nous n'avons pas de vitrine sur la rue.” Du point de vue de la communication, les galeristes nomades privilégient deux canaux principaux. Si, comme leurs homologues sédentaires, ils ne négligent pas les modes classiques (cartons d'invitation et dossiers de presse “physiques”, relationnel, bouche-à-oreille, fichiers clients...), Internet, les plateformes professionnelles comme le site Artprice et les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo) constituent, en l'absence d'un espace ayant pignon sur rue, une vitrine privilégiée. Les galeries soignent particulièrement leurs sites Web et leur e-réputation; être un bon community manager devient alors nécessaire. L'organisation d'événements exceptionnels frappant les esprits s'inscrit également dans ce schéma d'une communication efficace mais sans grands moyens: les galeries itinérantes ne possèdent souvent pas de service de presse pour gérer ces aspects, ce qui n'a pas empêché, par exemple, la Dexter Gallery d’“obtenir” une soixantaine d'articles et la présence de deux

équipes de télévision lors de la vente aux enchères effectuée dans les airs. Elles peuvent également s'appuyer sur les moyens de communication de leurs partenaires (autres lieux d'exposition...). Sans oublier que le simple concept de la galerie itinérante permet d'attiser la curiosité des collectionneurs. Xavier Prieur: “Etre nomades est un atout, et cette idée même peut permettre de démarrer une conversation, car les gens sont intrigués par le concept. On est à l'heure de la rencontre entre l'artiste et le public, du déplacement de l'art vers le public, et nous illustrons cette idée.

Dans l'ensemble, tous frais comparés, la galerie itinérante est plus économique qu'une galerie sédentaire

Du coup, les retours de la presse comme des clients et visiteurs sont bons, aident à faire parler de nous. Cette notion d'itinérance n'y est pas étrangère.”

Sur le plan de la logistique, le transport des œuvres constitue un coût supplémentaire, mais les galeristes interrogés ont tendance à s'en charger eux-mêmes en faisant, bien sûr, assurer tableaux, sculptures et installations, plutôt que de passer par des transporteurs professionnels dont les services sont beaucoup plus onéreux. Dans l'ensemble, tous frais comparés, la galerie itinérante est plus économique qu'une galerie sédentaire.

Souplesse économique

Et c'est là son principal avantage: en l'absence de lieu d'exposition, la galerie nomade n'a pas à s'acquitter des importants frais fixes qui touchent les galeries traditionnelles. Pas de loyer. Pas de droit au bail. L'économie réalisée a plusieurs conséquences. D'une part, elle permet à de jeunes investisseurs, n'ayant pas nécessairement une extraordinaire assise financière au départ, d'entrer sur le marché de l'art. Un avantage non négligeable sachant qu'il est très difficile de pénétrer dans cet univers sans disposer de solides moyens. D'autre part, les économies réalisées par les galeristes nomades à ce niveau peuvent leur permettre d'opérer certains choix qui les singularisent face à la concurrence. Pour la Dexter Gallery par exemple, l'absence de frais fixes permet de vendre les œuvres des artistes moins cher. “Ces prix peuvent aller de 400 à 22 000 euros, et tournent en moyenne autour de 2 000, précise Marc Réveillaud. Si nous avions une galerie avec un droit au bail de 200 000 ou 300 000 euros et un loyer de 3 000 euros, nous devrions vendre au moins 30 à 40 % plus cher. Et je pense même que nous ne serions plus en vie aujourd'hui, car nous nous sommes lancés avec peu d'argent.” Du côté de la galerie Brumaire, cette économie de coûts par rapport à un établissement sédentaire a permis d'investir des surfaces d'exposition plus importantes (de 400 à 450 m²), d'autant plus que celles-ci sont louées pour des durées plus courtes, et ainsi d'exposer l'ensemble de ses neuf artistes. Leur mode de fonctionnement autorise également aux galeries nomades une plus grande souplesse. Cette flexibilité leur permet ainsi de mieux s'adapter au rythme saisonnier du marché de l'art dont certaines périodes sont plus florissantes que d'autres. Si les mois de mars à juin et d'octobre à décembre sont dynamiques, le reste de l'année peut être plus morne. Or si les galeries traditionnelles sont fortement soumises à ces aléas, le fait de diriger une galerie nomade permet au contraire de choisir les moments d'exposition qui seront privilégiés, et de

ne pas monter une exposition simplement parce qu'il faut créer un événement. Autre avantage de cette flexibilité: pouvoir réduire la voilure si nécessaire, et donc disposer d'une plus grande sécurité. Et ce d'autant plus que, alors que leur mode de fonctionnement aurait pu souffrir, par ricochet, de cet effet secondaire, les galeries nomades parviennent à vendre des œuvres de leurs artistes en dehors des périodes d'expositions. “Cela nous a d'abord surpris, confirme Xavier Prieur. Mais il y a des collectionneurs qui reviennent effectivement vers nous pendant ces

périodes, notamment via la vitrine que constitue notre site Internet. Avoir cette clientèle hors des murs nous permet de réduire le nombre d'expositions, et d'asseoir le nom de notre galerie en ayant des vernissages de qualité, pour lesquels nous dépensons beaucoup.”

Sur le plan fiscal, en revanche, les galeries nomades ne bénéficient pas des mêmes avantages que leurs homologues sédentaires. Ne disposant pas de lieu fixe et ne fonctionnant comme une “vraie” galerie que temporairement, pendant des périodes de deux ou trois semaines, elles ne bénéficient pas du même régime préférentiel et sont taxées comme des marchands d'art. Selon les galeristes, ce vide juridique devrait peu à peu se combler et le système s'adapter, mais la France accuse, aujourd'hui, un retard à ce niveau. Cette absence de lieu d'exposition fixe pose également d'autres types de problèmes. “On reste un peu insaisissables, note Marc Réveillaud. Or les bâtiments marquent les esprits et les gens ont besoin de pouvoir nous assimiler à un espace, c'est important pour l'image.” Un point que confirme Lydie Marchi. Pour la créatrice de la galerie Saffir, “il ne faut pas oublier d'intégrer le plan d'accès, car inévitablement, il y a des gens qui m'auront rencontrée à Paris et vont penser que j'y suis encore et que mes événements y sont toujours organisés. A chaque fois, c'est comme si j'ouvrais un nouveau lieu!” Cette spécificité peut également poser des problèmes auprès de certaines plateformes et organismes, refusant de relayer l'annonce d'expositions et d'événements car aucun lieu fixe de galerie organisatrice n'y est rattaché. Mais si certains de ces nomades du marché de l'art ont parfois ressenti un manque de confiance ou un défaut de crédibilité, les rapports avec le monde de l'art, les collectionneurs et les galeries traditionnelles sont loin d'être conflictuels ou tendus.

Le futur des galeries?

Complémentaires plutôt que dépréciées ou vues comme des concurrentes déloyales. Si les galeries en ligne étaient globalement mal perçues par les galeries traditionnelles, les nomades, elles, font bien partie du même monde. Des partenariats se nouent, des artistes ayant été découverts par des établissements nomades collaborent ensuite avec des galeries physiques. Les passe-relles sont nombreuses et le métier semblable, d'autant plus que la clientèle n'est pas différente – seulement peut-être un peu plus mobile – et que ses motivations d'achat sont similaires. Sur bien des aspects, leur mode de fonctionnement est également proche. Petites structures particulièrement présentes et actives dans le secteur de l'art contemporain, où elles dénichent de jeunes artistes et les aident à



“Si je me fais ‘voler’ un artiste par une grosse galerie, je ne le vis pas mal, mais comme une chance pour lui.” Lydie Marchi, galerie Saffir.

émerger, les galeries nomades acceptent en tout cas les règles du jeu: “Si je me fais ‘voler’ un artiste par une grosse galerie, je ne le vis pas mal, mais comme une chance pour lui, explique Lydie Marchi. C'est presque un point positif”. Alors, simples tremplins pour jeunes artistes émergents ou futur des galeries? Difficile à dire pour le moment, tant le modèle est récent. Les galeries nomades reconnaissent qu'il a été difficile au départ de convaincre certains artistes, soucieux de savoir comment ils pourraient être “vus” compte tenu de ces spécificités de fonctionnement, mais l'idée d'art en mouvement semble prendre. Pour les jeunes galeristes, le modèle est avantageux en termes de coûts et d'investissement de départ. Et les créateurs de galeries nomades sont confiants. “C'est vraiment le modèle de la galerie du futur, conclut Céline Moine. Il y aura toujours de grosses galeries, prescriptrices, mais il s'agit de cas particuliers. Pour les plus petites structures, comme la mienne, la souplesse et la mobilité sont des enjeux majeurs, qui font que la galerie sera économiquement viable. Il y a d'une certaine façon un marché à deux vitesses, avec des galeries physiques très identifiées et solides, présentes partout dans le monde, et de l'autre des galeries plus jeunes qui vont choisir de voyager car c'est vital pour elles.” Le secteur manque encore cependant d'organisation et doit mûrir: il se limite pour le moment à une multiplication d'aventures personnelles, mais n'est absolument pas structuré en réseau, et semble, de fait, encore fragile. ■

CHIFFRES REVELATEURS

Les Français rétifs à l'art contemporain

Sur le millier de personnes interrogées au cours du sondage commandé par Art Paris en 2010, seuls 20 % affirment avoir déjà acheté une œuvre d'art contemporain (photo, sculpture, peinture, gravure...). Seuls 13 % des personnes n'ayant jamais acheté d'art contemporain déclarent avoir l'intention de le faire, dénotant un sentiment extrêmement distant vis-à-vis de cet art. 34 % des sondés considèrent par ailleurs qu'une galerie d'art est avant tout un lieu pour prendre contact avec le milieu, et seulement 20 % comme un lieu pour acheter une œuvre. Source: sondage Art Paris/Institut BVA, 2010

A lire également

lenouveleconomiste.fr
Art de vivre > Galeries d'art > Les galeries à la peine - N° 1569 - 2 juin 2011