

# Le marché de l'art se met en scène comme au musée

**TENDANCE** Les maisons de ventes n'hésitent plus à faire appel à des scénographes pour les expositions précédant les enchères.

**S** VALÉRIE SASPORTAS

Sotheby's ressuscite depuis hier l'esprit du XVIII<sup>e</sup> siècle. Une table ovale de salle à manger en placage de bois noirci trône dans le hall d'entrée, une gerbe de fleurs en son centre en guise de bienvenue. Dans son prolongement s'ouvre une courte galerie des glaces façon «palais Stroganoff à Saint-Petersbourg», explique le scénographe Patrick Hourcade. S'y reflètent mobilier et objets dont une paire de dents de narval supportées par un lys en bronze doré. Ce sont des pièces phares de la collection Adriano Ribolzi, collection dont la valeur estimée est comprise entre 4 et 5 millions d'euros et qui sera dispersée le 30 novembre.

Dans ses locaux parisiens, Sotheby's a métamorphosé le rez-de-chaussée en petit salon bleu dans l'esprit de celui de l'hôtel de Guines, à Courbevoie, une pièce baroque peuplée d'un bric-à-brac d'objets scientifiques ou de meubles signés de grands ébénistes et posés sur un podium. Objectif affiché : rendre hommage à un XVIII<sup>e</sup> siècle mal-aimé (lire ci-dessous), mais aussi à un autre acteur du marché, Adriano Ribolzi, antiquaire à Monaco, qui vend sa collection.

Les maisons de ventes n'hésitent pas à se transformer en musées éphémères et gratuits. Sotheby's, Christie's, Artcurial, Pierre Bergé & Associés... Toutes exposent les pièces emblématiques de leurs agendas dans des ambiances théâtrales. Il y a dix jours, les bijoux d'Elizabeth Taylor chez Christie's ont ainsi attiré 4000 personnes en quatorze heures. Les bijoux faisaient simplement escale à Paris dans le cadre d'une tournée mondiale avant leur vente les 13 et 14 décembre à New York.

## « On peut les toucher »

Pour sa vente de mercredi, Sotheby's a fait appel à Patrick Hourcade, car il a été bercé depuis l'enfance par le XVIII<sup>e</sup> siècle. C'est lui qui a imaginé et aménagé avec Karl Lagerfeld des maisons dans l'esprit des Lumières. « Je ne saurais pas faire une mise en scène de théâtre, explique Patrick Hourcade. C'est de la littérature. Là, c'est du concret. Je pars de la pièce maîtresse de la collection, puis de la seconde, j'imagine du monumental. Je veux que ce soit ludique. » Sa scénographie, sobre mais audacieuse, a coûté environ 50 000 euros, soit 10 % de la commission que devrait toucher Sotheby's sur le montant de la vente. Une bagatelle à côté des honoraires - 1,05 million d'euros - versés à la scénographe Nathalie Crinière par Christie's pour la vente historique Bergé Saint Laurent, en 2009, sous la verrière du Grand Palais. Mais là, c'était du grand spectacle :

35 000 personnes en deux jours et demi, jusqu'à huit heures d'attente. C'est aussi Nathalie Crinière qui a scénographié la collection de l'explorateur Jean-Paul Morin, dispersée par Pierre Bergé à Drouot il y a quelques semaines. La scénographe travaille à la fois pour les expositions temporaires des musées et celles, éphémères, des maisons de ventes. « J'aime cette idée que les objets ne soient pas encore entrés au musée, dit Nathalie Crinière. On peut les toucher. Un peu comme chez un particulier, et j'aime aussi le fait que ce soient des constructions extrêmement rapides, pour très peu de temps. »

Mais l'opération est-elle efficace ? Cela reste à prouver. « L'impact est très difficile à évaluer, reconnaît Guillaume Cerutti, président de Sotheby's France. Concentrer le regard dans des ambiances est très important. Mais rien ne remplace la provenance de l'objet, la confiance dans le collectionneur. » Même écho chez Christie's. « C'est un devoir de mettre en valeur une collection construite presque comme une cathédrale », ajoute son président, François de Ricqlès.

Certains objets ne méritent pas l'honneur qu'on leur fait. Le collectionneur n'est pas dupe. Luxueusement exposée au Palais de Tokyo où 17 000 personnes sont venues l'admirer, la collection du château de Gourdon n'a pas remporté le succès escompté. Son propriétaire les avait achetés trop cher (et en demandait donc un prix trop élevé) et trop vite (il

n'avait pas eu la patience du vrai collectionneur). François de Ricqlès, qui tenait le marteau, relativise. Il joue la carte de la scénographie depuis près de quinze ans : « Ce qui compte, c'est la qualité de

l'objet et la connaissance du marché, souligne-t-il. Il y a une très grande déconnexion entre les gens qui viennent voir et les acheteurs finaux, qui ne se déplacent pas et vont acheter l'objet rare. » ■



Collection Pierre Bergé-Yves Saint Laurent, mise en scène par Nathalie Crinière au Grand Palais pour Christie's, en 2009. CHRISTIE'S



Collection Jean-Paul Morin chez Pierre Bergé & Associés, mise en scène à Drouot par Nathalie Crinière, début novembre. NATHALIE CRINIÈRE