

## MARCHÉ DE L'ART

Christie's est devenu un vrai acteur culturel sur la scène dubaïote. Depuis 2006, elle a vendu pour environ 230 millions de dollars d'œuvres dans l'émirat. Pour la première fois, les français Opera Gallery et Millon ont aussi organisé des ventes d'automne cette semaine dans l'émirat.

# Dubaï s'impose comme la plate-forme du marché de l'art au Moyen-Orient

Près de 6 millions de dollars de ventes, quelque 90 % des lots adjugés : bien sûr, les ventes aux enchères d'automne de Christie's Dubaï, centrées sur l'art moderne et contemporain arabe, iranien, turque, sont modestes pour la multinationale de l'art. Mais avec une quarantaine d'artistes proposés pour la première fois, sa plate-forme dubaïote continue à dynamiser la scène artistique régionale. « *Lorsque nous nous sommes implantés ici en 2006, l'art n'avait pas de vrai marché. Nous avons souhaité faire découvrir les ventes aux enchères aux amateurs d'art du Moyen-Orient, offrir un service de proximité à nos*

*acheteurs internationaux, et contribuer à l'émergence des artistes de la région* », explique Hala Khayat, spécialiste de l'art du Moyen-Orient chez Christie's.

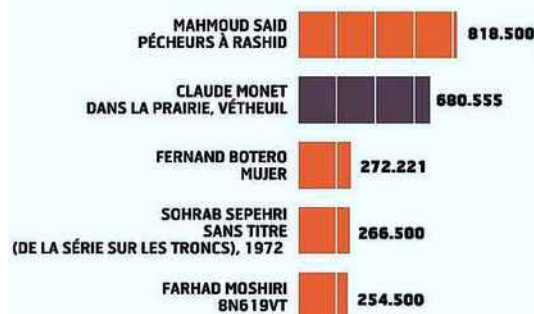
### « Eduquer le regard »

Durant toute la semaine, la maison de ventes a investi le prestigieux Jumeirah Emirates Towers Hotel pour y organiser, outre des enchères, un dîner pour une centaine de VIP, une réception pour 500 personnes, une exposition, une vente de charité, des débats sur le marché de l'art... « *C'est un événement très social, ouvert au grand public. Les musées manquent encore à Dubaï et*

## LE TOP 5 DES VENTES D'AUTOMNE 2012, À DUBAÏ

LE PRIX D'ADJUDICATION, EN DOLLARS

■ CHRISTIE'S ■ OPÉRA GALLERY/MILLON



« LES ÉCHOS » / SOURCE : CHRISTIE'S / PHOTO : AFP

ces ventes sont aussi à dimension culturelle, elles contribuent à éduquer le regard », poursuit Hala Khayat. Pour toucher aussi les jeunes acheteurs potentiels, les ventes se dédoublent, sur le modèle international, l'une portant sur les œuvres de 50.000 à 500.000 dollars, l'autre les pièces de 2.000 à 50.000.

En six ans, Christie's a réalisé 230 millions de dollars d'adjudications dans l'émirat et attiré des acheteurs

d'une trentaine de pays. L'an dernier, la maison de ventes a rallié une importante collection arabe, et Dubaï a représenté 8 % du chiffre d'affaires de Christie's. Un expert en montres et joaillerie, Frédéric Watrelot, a rejoint l'équipe il y a quelques mois pour développer ce créneau. « Dubaï, très international, est le meilleur endroit du Golfe pour le business. En apportant une visibilité aux artistes de la région, Christie's a

bouleversé les prix et le marché s'est professionnalisé », note Hala Khayat.

Le Français Gilles Dyan, à la tête du réseau de 12 « Opera Gallery » dans le monde, dont 2 à Dubaï, et le commissaire-priseur Alexandre Millon, viennent eux d'organiser leur première vente aux enchères avec des artistes régionaux mais aussi des grands maîtres, tels Renoir ou Monet. La vente a atteint 2 millions de dollars et pourrait en rap-

porter 8 si certains achats sont confirmés. « La population ici adore les ventes aux enchères, il y a du potentiel », observe Gilles Dyan. Les deux tiers des clients de ses deux galeries dubaïotes sont les grandes familles du Moyen-Orient, le reste les expatriés et les touristes internationaux. Dubaï représente déjà 10 % du chiffre d'affaires d'Opera Gallery, lequel s'élève à 160 millions de dollars.

MARTINE ROBERT

## SPÉCULATION AUTOUR DU TITRE ARTPRICE

Est-ce l'alliance passée hier avec la foire Art Stage Singapour qui explique à elle seule les mouvements observés sur le titre Artprice ? Pas moins de 1.245.000 actions se sont échangées hier, et près de 20 % du capital - majoritairement détenu par son fondateur Thierry Ehrmann - a changé de mains. Le leader des données sur les ventes publiques, implanté désormais à la fois à Singapour et à Hong Kong où il s'est installé en juin, gagne en visibilité sur ce continent asiatique qui devrait s'adjuger 55 % du marché de l'art mondial cette année, selon Artprice. Mais la rumeur a couru aussi que cette société aiguiserait les appétits qatariens. Toutefois, si le titre a grimpé de 45 % en quelques jours, porté aussi par les déclarations médiatiques de son PDG sur l'ISE, il ne fait qu'opérer un rattrapage. Malgré les difficultés du concurrent Arnet, victime de l'OPA de Redline cet été, le titre Artprice a perdu 32 % depuis janvier.

## L'émirat vise l'Exposition universelle de 2020

**Avec Art Dubai, l'émirat conforte sa position de place du marché de l'art au Moyen-Orient. L'objectif est maintenant d'être choisi pour Expo 2020.**

La directrice d'Art Dubai, Antonia Carver, avait fait le déplacement à Paris la semaine dernière pendant la Fiac afin de parler de sa foire aux collectionneurs internationaux, à l'invitation de la galeriste Nathalie Obadia. Dubaï est en effet devenu la Mecque de l'art dans le Golfe et au-delà. Des artistes du Moyen-Orient et de l'Asie du Sud-Est y sont exposés lors de la Foire d'art contemporain, mais aussi toute l'année, dans une cinquantaine de galeries luxueuses.

« En 2007, pour sa première édition, Art Dubai a accueilli 40 galeries et 8.000 visiteurs ; en 2012, 22.500 amateurs d'art sont venus découvrir plus de 500 artistes présentés par 80 galeries de 34 pays diffé-

rents. Et nous attirons aussi des conservateurs de musées du monde entier, du Moma, de la Tate, du Centre Pompidou... », se félicite Antonia Carver. La prochaine édition va même s'ouvrir à l'Afrique de l'Ouest.

A l'instar des grandes foires européennes ou américaines, Art Dubai a désormais ses sponsors, ses événements off, ses conférences, ses programmes éducatifs et ses résidences d'artistes. Les prix des stands y sont d'ailleurs proches de ceux pratiqués par la Fiac ou la Frieze de Londres, soit entre 500 et 600 dollars le mètre carré. « La foire s'inscrit désormais dans le cadre d'une "Art week" et essaime cette année avec la création de Design Days Dubai », poursuit Antonia Carver.

« Cet événement est complémentaire, il draine les décorateurs d'intérieur internationaux et va nous permettre d'élargir la base de données d'Art Dubai, riche de 32.000 noms, mais aussi de créer des liens avec des



Art Dubai, qui a lieu en mars, ressemble de plus en plus aux grandes foires occidentales, avec ses sponsors, ses événements off et ses prix.

*artisans qui perpétuent des savoir-faire locaux », poursuit Cyril Zammit, son directeur.*

### **Armes culturelles**

Outre les familles royales du Golfe, qui investissent beaucoup dans l'art, les expatriés aisés deviennent amateurs. Il y a d'ailleurs de plus en plus de musées privés dans l'émirat voisin de Charjah. Dubaï, qui a en projet un « performing art center » comprenant un opéra construit par Zaha Hadid, fourbit ses armes culturelles dans la perspective de l'Exposition universelle de 2020, pour laquelle il s'est déclaré candidat ce mois-ci. « L'émirat est une plate-forme commerciale, artistique, et touristique importante. Candidater est une façon d'asseoir son image », observe Pascal Maigniez, directeur de l'Office de tourisme de Dubaï à Paris.

« Avec 200 nationalités, présentes, Dubaï a en outre le sens de l'accueil ! », se targue Nicky Hawes,

directeur de la communication d'Expo 2020. Soutenu par le développement de la compagnie aérienne Emirates, ce pays, qui accueille 9 millions de visiteurs par an, et dont l'aéroport est l'un des plus fréquentés au monde, densifie encore son offre de loisirs.

« Il y a un renouveau de projets depuis deux ans, un essor du tourisme individuel et d'affaires, Dubaï bénéficiant du printemps arabe. En 2013, dix nouveaux hôtels compléteront les 75.000 chambres existantes et la capacité aérienne va croître de 30 % », précise Olivier P. Louis, directeur des hôtels One & Only, du groupe Kezner, propriétaire aussi du célèbre Atlantis.

Entre Art Dubai, Dubai Shopping Festival, Dubai World Cup, Dubai International Film, l'émirat est passé maître dans l'art d'organiser des événements internationaux, mais aussi de valoriser sa marque.

**M. R.**