

A Dubai, les galeries amorcent leur retour

ART | Durement frappé par la crise immobilière en 2008, l'émirat commence à redevenir un lieu attractif pour les collectionneurs, mais reste trop dépendant d'une audience étrangère

ROXANA AZIMI

Depuis 2008, on pensait Dubai à terre, laminée par la crise immobilière. Or l'émirat n'a guère perdu de sa capacité d'attraction. Carrefour commercial, la ville, où s'organise depuis sept ans la foire Art Dubai (organisée cette année du 20 au 23 mars), est une place de marché que cajolent quelques galeries occidentales comme Chantal Crousel ou Continua.

« A part une poignée de lieux associatifs, la scène artistique est quasi entièrement commerciale »

WILLIAM LAWRIE
galeriste à Dubai

Certes, la folie des grandeurs a été revue à la baisse, et le slogan « construisez et ils viendront » est en sourdine. Cette pédale douce se mesure au niveau des enchères. Les ventes de Christie's à Dubai ont chuté de 27,05 millions de dollars en 2007 à 12,3 millions l'an dernier.

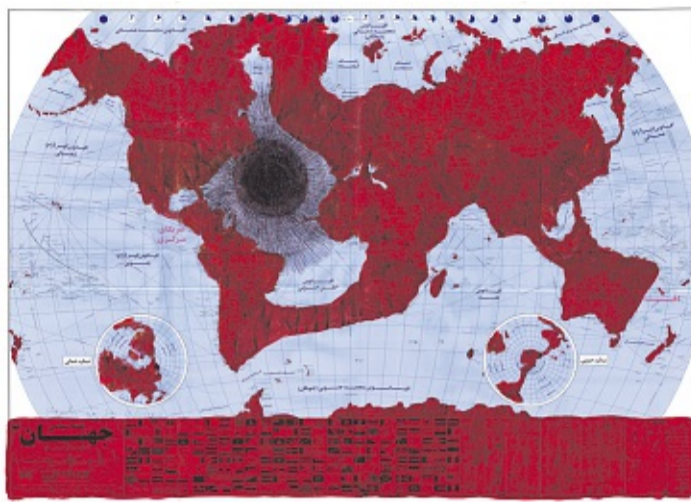
« Les effets de la crise de 2008 se ressentent encore, et les maisons de

ventes ont revu leurs stratégies, ce qui explique pourquoi les ventes de Dubai ne sont pas devenues des événements, la version miniature de Hongkong, explique William Lawrie, galeriste à Dubai. Même s'il faut admettre que la phase de croissance explosive et d'optimisme pré-2008 était sans précédent et qu'on n'atteindra probablement plus ce degré, il y a des signes de reprise. Les secteurs du loisir et du commerce de détail sont en plein boom, les industries de service se développent de nouveau et le marché de l'immobilier, qui s'est stabilisé voilà deux ou trois ans, est à nouveau sur pied. »

Surtout, une vraie scène de galeries a pris forme dans les deux districts d'Al Serkal – zone d'entrepôts un peu paumée dans un coin encore en friche de la ville – et le DIFC, quartier financier de la cité. Des périmètres où s'agrègent chaque année de nouvelles enseignes, comme la tunisienne El Marsa, qui ouvre ce mois-ci une antenne.

Encore modeste, le socle des collectionneurs régionaux compte quelques têtes de pont comme les Iraniens Farhad Farjam et Ramin Salsali, qui ont ouvert des musées privés, ou encore le jeune cheikh sultan Al Qassemi, dont la Fondation Barjeel se trouve dans l'émirat voisin de Sharjah.

Mais la plupart des galeries dépendent encore d'une audience étrangère. « Si on se limite à l'aspect purement commercial, il est vrai que l'augmentation du nombre de collectionneurs à Dubai n'a certainement pas été proportionnelle au nombre de galeries qui ont vu le jour ces dernières années, et



« Marée Rouge 04 », de Ghazel (2012). COURTESY GALERIE CARBON 12

que donc le marché international reste très important pour nous », observe la galeriste Isabelle van den Eynde.

La Foire Art Dubai a indéniablement changé le paysage en créant un pont entre les collectionneurs étrangers et la scène régionale.

« On sait que la semaine de la Foire est celle de l'année où on peut vraiment faire des ventes et rencontrer des collectionneurs et curateurs reconnus », souligne Kourosh Nouri, de la galerie Carbon 12, la seule à présenter aussi des artistes occidentaux. Ce qui signi-

fie que la scène locale aurait besoin d'un autre événement pour dynamiser le reste de l'année, plus aléatoire.

Reste qu'il manque à Dubai une scène muséale, des critiques d'art, des outils de production, bref un écosystème artistique. « Ce manque signifie que, à part une poignée de lieux associatifs, la scène artistique est quasi entièrement commerciale, ce qui peut rebuter le visiteur lambda », reconnaît William Lawrie. Et d'ajouter : « Il y a encore beaucoup à faire pour attirer les visiteurs venus pour le commerce et le tourisme. » Mais, comme l'ajoute Kourosh Nouri, « Dubai est le paradis des hôtels de luxe et notre taxe à l'importation de 5 % rend nos artistes attractifs pour les collectionneurs internationaux ». Surtout, relativement plus libérale que ses voisines, la ville fait figure de ballon d'oxygène dans une région très conservatrice. ■

Foire Art Dubai, du 20 au 23 mars, <http://artdubai.ae>

Les records de Christie's à Dubai

The Wall, de Parviz Tanavoli, vendu 2,84 millions de dollars en avril 2008.

The Whirling Dervishes, de Mahmoud Said, vendu 2,54 millions de dollars en octobre 2010.

Tchaar-Bagh, de Charles Hossein Zenderoudi, vendu 1,6 million de dollars en avril 2008.

La cote du Spirou de Franquin fait des bonds

BANDE DESSINÉE | Rares, les œuvres originales de l'auteur qui a véritablement fondé la mythologie de la série atteignent des sommets

La magnifique planche de *QRN sur Bretzelburg* (publié en 1961), proposée le 23 février lors d'une vente organisée par Artcurial à Paris, a atteint 110 000 euros. Preuve qu'après 75 ans, le petit groom, toujours paré de sa célèbre livrée rouge, fait figure de mythe dans l'univers de la bande dessinée franco-belge.

Depuis ce 21 avril 1938 où le dessinateur Rob-Vel l'a fait sortir tout habillé d'une toile de peintre sous un spray d'eau-de-vie, pas moins de vingt et un autres auteurs se sont relayés à son chevet, lui faisant vivre d'innombrables aventures. Tous ont marqué de leur empreinte à des degrés divers, le modernisant au fil du temps pour l'inscrire dans la réalité contemporaine.

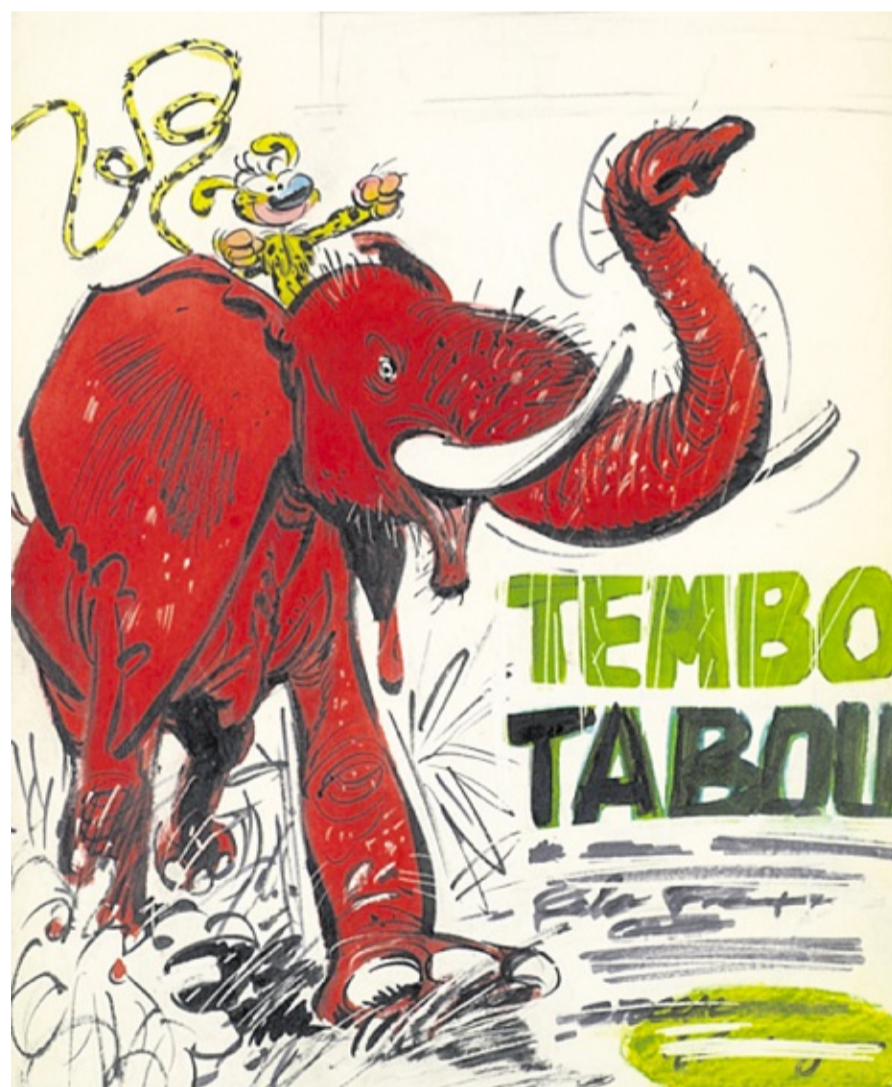
Mais c'est le génial André Franquin qui a le plus imprimé sa patte, fondant véritablement la mythologie de la série. Avec lui, Spirou et son inséparable compagnon Fantasio, toujours accompagnés de Spip, le petit écureuil facétieux et râleur, sont devenus de véritables globe-trotters qui, généreux et altruistes, parcourent le monde pour aider ceux qui en ont besoin.

En 2001, une planche du « Nid des Marsupilamis » s'était vendue 164 700 euros

De la plume et du pinceau de Franquin est née, sous les yeux souvent ébahis des lecteurs, une galerie truculente de héros de papier d'où émergent le petit monde de Champignac, Zantafio, le vil cousin de Fantasio devenu dictateur en Amérique du Sud, Zorghlub, le savant mégalomane qui cherche maladroitement à conquérir le monde avec son armée de zorghhommes et, surtout, le Marsupilami, incroyable animal à la fourrure jaune tachetée de noir, doté d'une queue démesurée, tout droit sorti de la forêt palombienne.

Le dessinateur s'en est donné à cœur joie, s'inspirant avec délice des découvertes scientifiques de son époque pour créer d'incroyables décors d'avant-garde où gravitent des automobiles et des engins à la ligne futuriste et un mobilier au design audacieux.

Parmi la quarantaine d'aventures qu'il a réalisées entre 1946 et 1968, parfois aidé de Will (le dessinateur de Tif et Tondeu) et de Jean Roba (le père de Boule et Bill), figu-



Ce projet de couverture du « Journal de Spirou » pour « Tembo Tabou », dessiné par André Franquin en 1971, a été adjugé 41 700 euros. DR

rent de véritables bijoux comme *Le Dictateur et le champignon*, *Le Nid des Marsupilamis*, le diptyque du « Z » (*Z comme Zorghlub et L'Ombre du Z*) ou encore *QRN sur Bretzelburg*, une histoire dont l'auteur, alors en proie à la dépression, eut beaucoup de mal à accoucher.

Pour les collectionneurs, le Spirou de Franquin est un « must ». Mais les dessins originaux se font rares sur le marché. Leurs prix atteignent des sommets, dépassant de très loin la cote de Gaston. Les belles planches du garçon de bureau gaffeur, autre personnage emblématique de Franquin, trouvent preneurs aux alentours de 50 000 euros.

Les prix atteints le 23 février l'illustrent, même si le record n'a pas été battu. En 2001, une planche, il est vrai particulièrement réussie, tirée du *Nid des Marsupila-*

mis s'était ainsi vendue l'équivalent de 164 700 euros. Plus récemment, un projet de couverture en couleur du *Journal de Spirou*, datant de 1971, réalisé à la mine de plomb et à l'encre de chine à l'occasion de la réédition de *Tembo Tabou*, a été adjugé 41 700 euros. De tels niveaux mettent donc le Spirou de Franquin hors de portée de la plupart des amateurs.

Ceux-ci peuvent toujours se consoler avec les fac-similés des planches originales, au demeurant reproduites avec soin, qui figurent dans les albums grand format édités par Marsu Productions, aujourd'hui détenteur des droits. Ces albums grand format se vendent 119 euros lors de la parution. Et les connaisseurs ne s'y sont pas trompés, qui s'arrachent des tirages limités, très vite épuisés. ■

PHILIPPE GUILLAUME

Le rythme sûr des Jaeger-LeCoultre

MONTRES | La cote de la marque d'horlogerie suisse progresse à la régularité d'un métronome

Malgré ses 180 ans, l'horloger Jaeger-LeCoultre enchaîne les succès sur le marché du vintage. En 2010, les 60 bougies soufflées par le modèle Memovox mettent un coup de projecteur sur l'entreprise suisse. Un an plus tard, l'ascension se poursuit avec les 80 printemps de la mythique Reverso, et surtout avec la vente d'Artcurial de novembre 2011, qui chamboule durablement la cote des modèles de cette marque et la fait changer de dimension auprès des collectionneurs. Durant cette vacation, une Reverso cadran rouge (modèle de 1931) est partie à 18 000 euros. Un record. Et si avant cette vente, les Memovox se vendaient, en moyenne, 1 500 euros, elles trouvent depuis preneur au double de ce prix.

Valeur montante

« C'est aujourd'hui la manufacture montante à collectionner, affirme Romain Réa, expert chez Artcurial. Et la hausse ne va pas s'arrêter là, parce qu'elle partait de très bas. » Quelques modèles devraient ainsi continuer à voir leur cote progresser ces prochains mois : les Reverso anciennes, simples, avec un cadran blanc ; les montres à réserve de marche, puisées des modèles équivalents de chez Patek-Philippe se vendent déjà bien plus cher ; et les chronographes. « Pour les chronographes, Jaeger n'en a jamais beaucoup fait la promo-

tion, pour une raison simple : les calibres n'ont pas été fabriqués en interne. Or Jaeger-LeCoultre a toujours habitué à tout faire soi-même. Mais ce sont de très beaux modèles... »

Suffisamment pour rattraper Rolex, la marque régnante sur le marché des montres anciennes ? « Probablement pas, Rolex est une machine de guerre à toute épreuve. Les collectionneurs de la marque à la couronne ont souvent une démarche de spéculateur, car la revente d'une Rolex est toujours facile. Jaeger n'a pas le même type d'amateurs... », poursuit M. Réa.

Jaeger-LeCoultre fait plutôt figure de marque de puriste, à mettre en parallèle avec Patek Philippe ou Vacheron Constantin. L'enseigne créée par Antoine LeCoultre et Edmond Jaeger a en effet pour particularité d'avoir exploré pratiquement toutes les complications possibles : les réserves de marche, les quantités, les phases de lune, le mouvement perpétuel fondé sur les variations atmosphériques de la pendule Atmos... Sans oublier le cadran retournable à 180 degrés de la Reverso, icône des gentlemen sportifs. De plus, la marque offre la possibilité de réparer ou de remplacer les pièces de n'importe quel modèle sorti de ses ateliers. Une vraie garantie pour les collectionneurs, assurés de pouvoir faire fonctionner n'importe quelle montre ancienne. ■

LOUISE THOMAS