

ACHETEURS 2.0

Virage numérique, réseaux sociaux, néo-collectionneurs, mutation des comportements d'achat... Dans le monde d'après, qui achète de l'art tribal et de l'archéologie ?
Témoignages post-Covid.

L'heure est au bilan. Alors que les galeristes reprennent le chemin des foires, les questions affluent. Quels enseignements tirer de cette période inédite ? Les métamorphoses digitales accélérées par la crise sanitaire mondiale sont-elles durables, voire souhaitables ? Qui sont les nouveaux acheteurs d'un marché désormais hybride tiraillé entre modèle traditionnel et mutations technologiques ? Comme dans d'autres domaines, les acteurs de l'art tribal et l'archéologie constatent ces changements et tirent leurs conclusions. Alors, à quoi ressemblent aujourd'hui leurs collectionneurs ? En quoi la crise a-t-elle modifié leurs pratiques ? Quatre marchands d'art tribal et d'archéologie témoignent de ces évolutions et partagent leurs expériences. Et leurs points de vue.

Julien Flak. Galerie Flak. Paris

« J'ai tendance à penser que la Covid n'a pas révolutionné notre monde, mais qu'elle a accéléré les choses, comme un catalyseur. Avec le distanciel, un modèle économique émerge et il est bien réel. En ce qui me concerne, c'est une période positive pour la galerie. J'ai renforcé des liens avec mes clients. Depuis le confinement, j'ai des discussions extrêmement privilégiées avec mes collectionneurs, car nous gardons du temps pour nous. Le service est encore plus personnalisé, du sur-mesure dans nos recherches d'objets, dans nos informations, avec plus de vidéos, plus de *newsletters*. J'ai toujours fait de la pédagogie dans mon domaine, mais la crise a renforcé cet aspect de mon métier. »

« Il est très difficile de dresser une typologie de mes nouveaux clients, mais il est clair que des profils d'utilisateurs se dégagent sur les réseaux sociaux

et les autres vecteurs numériques. Ils ne recherchent absolument pas la même chose en fonction des canaux qu'ils utilisent. Ce qui se passe sur Instagram est très intéressant, même si je n'arrive pas à savoir comment les gens m'ont connu. Une pub ? Le bouche-à-oreille ? Un salon ? Un *post* ? On a beau avoir une approche rationnelle pour connaître ses clients et son marché, il n'y a pas de recette pour savoir ce qui va fonctionner. Il y a une immense part de spontanéité. Toute vente est magique. »

« Les grands salons restent des points d'ancrage importants, avec l'excitation de sortir des objets exceptionnels à ce moment-là. Auparavant, tout tournait autour de la galerie, et ponctuellement des foires qui étaient les rendez-vous habituels. Or, les choses évoluent vite. D'un point de vue technique, mais aussi parce que l'on observe un phénomène d'hyperconcentration des vendeurs alors que la pression immobilière est de plus en plus forte. À quoi ressembleront les galeries et leurs clients dans cinq ans ? Je l'ignore. Des galeries du métavers sans lieu physique ? Un galeriste

Je pense qu'une partie des gens qui s'intéressent aux arts non africains rejoignent un peu les collectionneurs d'il y a cent ans, c'est à dire qu'ils découvrent des formes qu'ils n'ont jamais vu auparavant, notamment dans les arts d'Amérique du Nord. Ils ont cette curiosité disruptive qui les amène vers des œuvres méconnues, plus surprenantes. — *Julien Flak*

je me suis adressé à mes acheteurs, ils ont répondu présents. Et puis, je dirais que l'un des aspects négatifs de cette période est que certains se complaisent désormais un peu trop dans le virtuel, ce que je trouve assez aberrant, car à un moment donné, il faut retrouver le face-à-face avec l'objet. Les meilleures notices et les plus belles photos ne le remplaceront jamais. Le choc que l'on peut ressentir devant l'œuvre ne peut exister à distance. Le rapport dimensionnel est également difficile à appréhender en photo. Je regarde toutes ces ventes en ligne d'assez loin, même si certaines maisons peuvent trouver tout ceci très confortable. Pendant toute cette période, nous nous sommes débrouillés comme on a pu les uns, les autres, mais il est temps d'en sortir. »

Corinne Kevorkian. Galerie Kevorkian. Paris

« Étonnamment, nous avons plutôt bien travaillé à distance avec Internet pendant les confinements, ce qui n'est pas du tout dans nos pratiques habituelles et dans la manière dont j'entends mon métier, car il est important de voir matériellement l'objet. L'émotion à distance n'est jamais la même que devant l'œuvre réelle. Le plaisir de notre métier est

d'avoir un échange, un dialogue, une rencontre avec le public, de discuter autour d'une œuvre avec laquelle il est en contact. Mais les temps changent. Comme tout le monde, nous travaillons de plus en plus en numérique. Le phénomène a été accéléré bien sûr par l'impossibilité d'ouvrir les galeries et de se déplacer. Les outils de communication numériques deviennent des outils de commercialisation, ce ne sont plus les mêmes approches. »

« L'autre point marquant — et j'en fus la première surprise — est que le digital a attiré quelques nouveaux acheteurs. D'une part, nous avons vu certains de nos clients traditionnels acquérir nos œuvres uniquement par le biais de notre site ou de nos *newsletters*. Et par le site web, nous sommes rentrés en contact avec de nouveaux clients. Même si ces derniers ont une certaine familiarité avec cette spécialité, ils achetaient pour la première fois dans ce domaine-là. Ils font du *cross collecting*, en quelque sorte. Il est certain que nous avons vendu des pièces dans des domaines où nous sommes reconnus au sein de notre spécialité, comme l'archéologie orientale de l'âge du bronze à l'âge du fer entre l'Asie occidentale et l'Asie centrale, autour du monde iranien, ou des bronzes du Louristan qui sont nos objets de prédilection. »

« L'archéologie orientale attire ces nouveaux acheteurs, car ce sont des arts très accessibles par rapport à la qualité des pièces proposées. Elles sont intemporelles, ce sont des arts originaux, dans leurs matériaux, dans leurs formes d'expression. Quelque part, elles sont modernes et peuvent s'intégrer à des environnements fort différents. Comme elles ont été produites par des civilisations méconnues, elles laissent place à l'imagination, chacun peut s'y projeter. C'est un saut dans l'inconnu. »



Grand vase zoomorphe, Iran occidental

Courtoisie Galerie Kevorkian. La Biennale