

SPÉCIAL BRAFA
NOTRE SUPPLÉMENT
DE 8 PAGES



THE HATE U GIVE

de George Tillman Jr.
avec Amandla Stenberg

cinéma P.2 à 5

LE SOIR

www.lesoir.be/mad

Mercredi 23 janvier 2019

Les galeristes adorent la Brafa

Une mixité rare des arts et de leurs publics, une organisation mêlant confort et sécurité, tout cela permet de sceller... de bonnes affaires. Les marchands d'art étrangers expliquent leur coup de cœur pour la Brafa.

Bien sûr, Bruxelles est centrale, « un bon endroit pour rassembler des visiteurs de toute l'Europe », note Craig Finch, l'un des deux directeurs du bureau d'art londonien Finch & Co, qui cette année encore préférera la Brussels Art Fair au salon d'hiver de New York. « Le transport est facile au départ de Londres, le train vers Paris est aisé. »

Mais encore ? La Brafa est réputée pour la manière étonnante dont elle brasse les genres, tant à l'intérieur de la foire qu'à l'intérieur même des stands : « Les bi-



» Nous nous sommes faits d'excellents clients à la Brafa. C'est ce que nous voulons, c'est ce dont nous avons besoin. »

Craig Finch (Finch & Co, Londres)

joux, l'art, les antiquités, elle regroupe ainsi tout ce qui fait la beauté de notre métier », s'enthousiasme la galeriste parisienne Isabelle Maeght, dont la galerie Maeght viendra proposer de l'art moderne et contemporain. « Il est très agréable d'avoir ce mélange d'antiquités, d'objets primitifs, de bijoux, d'art moderne. Chaque exposant dans son stand adopte son propre design, rien n'est formaté. »

UN PUBLIC MÉLANGÉ

À la mixité des œuvres répond la mixité des publics. « La Brafa nous permet de rencontrer des collectionneurs qu'on ne voit pas forcément à Paris. Il y a beaucoup de nationalités, des Belges bien entendu, des Néerlandais, des Allemands, beaucoup de Français qui vivent à Bruxelles. »

Céline Mathivet, dont la galerie parisienne Mathivet se focalise sur les arts décoratifs du XX^e siècle, exposera elle aussi à Bruxelles et les raisons sont similaires : « La Brafa est un salon qui permet d'ouvrir la clientèle. Car la difficulté aujourd'hui est d'attirer une jeune clientèle dans les salons

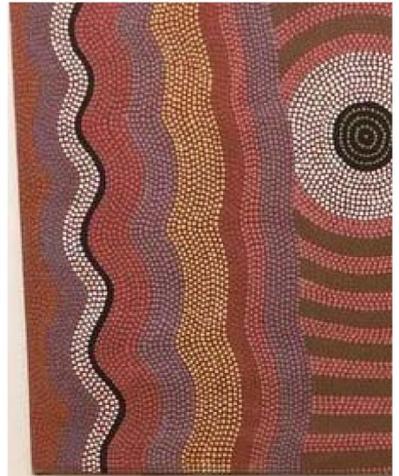
– et ce pari, la Brafa le réussit très bien. A la Tefaf de Maastricht, le Masterpiece de Londres ou la Biennale de Paris, puisque la galerie Mathivet développe beaucoup de mobilier nous allons nous adresser davantage à des décorateurs qu'à des particuliers, et des personnes qui bougent beaucoup : à Londres, nous aurons une clientèle plutôt orientale, libanaise, américaine. Alors qu'à Bruxelles, nous aurons davantage une clientèle d'Europe du Nord – et belge, bien évidemment – qui est une clientèle de proximité avec laquelle on va travailler sur la durée. Ces gens nous reviennent ensuite en galerie. »

Bruxelles rayonne à l'étranger de manière parfois étonnante et rend la Brafa incontournable. Ainsi, le galeriste suisse Patrick Pouchot-Lermans constate qu'une « grande partie de (sa) clientèle est belge ». Spécialisée dans les tableaux, œuvres sur papier et sculptures modernes, sa galerie Schifferli est basée dans la vieille ville de Genève. Pourtant il vend régulièrement « aux Belges habitant en Belgique et Belges habitant en Suisse. Pour moi, la Brafa est dès lors un événement extrêmement important : si les Belges représentaient autrefois environ vingt pour-cent de ma clientèle, depuis que je fais la Brafa ils en représentent un tiers. Nous avons un excellent contact avec les collectionneurs belges : ce sont des gens très cultivés, très collectionneurs, avec lesquels nous avons vraiment du plaisir à passer du temps. »

Seul bémol en comparaison de la Tefaf de Maastricht (du 16 au 24 mars 2019) : l'absence des Américains. « Entre Tefaf et Brafa, la clientèle est plutôt la même, note Craig Finch. Vous avez même davantage d'Anglais à Bruxelles. Les seuls que vous n'avez pas à Bruxelles sont les Américains, qui fréquentent Maastricht mais pas la Brafa. La raison est simple : le Winter Show de New York (18 au 27 janvier 2019) tombe exactement au même moment. »

DES PIÈCES DE QUALITÉ

Un public averti, aussi diversifié que les œuvres exposées, cela suggère un surcroît de travail pour les exposants, non ? « C'est une foire de qualité, reconnaît Isabelle Maeght, avec des collectionneurs qui vont profiter de la Brafa pour



» A la Brafa, il y a une vraie proximité entre les organisateurs et les exposants. Le marchand est très considéré, c'est assez rare. »

Céline Mathivet (Galerie Mathivet, Paris)

se faire plaisir, aller visite en sus un musée bruxellois ou faire un saut au Rijksmuseum d'Amsterdam. La Brafa est un lieu central qui permet de découvrir d'autres choses, et les exposants y montrent toute la qualité de ce qu'ils ont dans leurs stocks. C'est toujours un pari où il faut assumer ses choix. On va essayer de montrer au visiteur autre chose que des œuvres bêtement accrochées aux murs. Moi, je vais présenter des livres de bibliophilie dont certains sont quasi introuvables, mon pari est de faire découvrir des poètes. (Par ailleurs) il est important de montrer de la création. Si c'est juste pour montrer des Braque, des Miró ou des Chagall, je n'ai pas besoin d'une foire. Il faut aussi présenter de tout jeunes artistes. »



» La Brafa est formidablement bien organisée, pas des marchands de moquette. Il y a une vraie qualité. »

Isabelle Maeght

(Galerie Maeght, Paris)

Page 44 Mercredi 23 janvier 2019 Mad

, ils vous disent pourquoi



ET DU BON BUSINESS

Mais face à un public averti, la réactivité des exposants est aussi commerciale, une réalité qui doit être assumée sans complexe : pas de transactions, pas d'exposants. Et sans exposants, pas de foire.

« La Brafà est également importante car c'est un salon commercial, confirme Céline Mathivet. Vous avez une diversité de la clientèle qui va venir chercher aussi bien une pièce à 1.000 euros qu'une pièce à 100.000 euros. Cela, vous ne l'avez pas sur toutes les foires ! À la Brafà, vous pouvez à la fois vendre des choses intéressantes à un prix modeste et des choses très rares à des prix qui dépassent les cent mille euros. »

La diversité de ce public n'est pas qu'économique : « A la Brafà, précise-t-elle, il nous est arrivé de vendre à des clients qui avaient

une trentaine d'années, ce qui est extrêmement rare. »

« La Brafà est bien plus commerçante - et à plus d'un titre - que Frieze London ou même la Biennale de Paris, renchérit Craig Finch. La Biennale est une vitrine pour les beaux objets, mais la Brafà est davantage qu'une vitrine : c'est un événement où nous voulons vendre et les acheteurs veulent acheter ! Les collectionneurs attendent Brafà pour acheter, et c'est bon pour les affaires. Cette Brafà est aussi profitable pour les professionnels : ils aiment le lieu et la vitrine. Les intermédiaires européens s'y rendent car des choses nouvelles et inhabituelles font leur apparition à la Brafà. L'an dernier, nous avons vendu quelque chose d'assez important à un professionnel portugais. »

Ce commerce est l'une des clés du succès de la foire, et Céline Mathivet, exposante de longue date à la Brafà, le constate année après année : « On ne peut jamais savoir a priori si on va "travailler" sur une foire. Mais ce que je peux vous dire de nos expériences, c'est que c'est une foire où, sur neuf éditions, nous sommes toujours revenus avec du bénéfice. Ce qui m'amène à vous dire qu'on n'a pas envie d'arrêter une foire qui fonctionne. Quand un marchand continue d'exposer dans une foire, c'est qu'il y travaille... »

La clientèle fidèle, le commerce prospère sont des acquis qui se méritent. « La clientèle belge est cultivée, informée, elle est prudente aussi, remarque le Genevois Patrick Pouchot-Lermans. Lorsque vous faites une première ou une deuxième Brafà, vous ne rentrez pas dans vos frais. C'est à partir de la deuxième ou troisième que vous commencez à faire du chiffre et boucler des affaires intéressantes. Il faut que la clientèle vous ait déjà supervisé, que les gens soient déjà venus à votre stand. Qu'ils sachent ce que vous faites. A partir de là, si vous montrez de belles choses et que vos prix sont compétitifs - car on ne peut pas vendre à n'importe quel prix - alors, oui, la Brafà, devient intéressante commercialement. »

DES EXPOSANTS COMBLÉS

Bref, à la Brafà, les exposants prennent du plaisir, mais surtout ils... bossent. Et s'ils peuvent travailler dans des conditions confortables, alors ils plébiscitent leur foire. « Pour qu'on travaille bien, explique Céline Mathivet, il faut qu'on travaille dans de bonnes conditions, et la Brafà est très agréable de ce point de vue : l'organisation est très bien faite, elle répond à toutes les attentes du marchand qui expose. C'est assez rare et je dois le dire : ils sont bienveillants à notre égard. »

Besoin d'un accès tardif à un quai de chargement, un transporteur pressé qui doit charger d'urgence pour Paris ? « Dans la demi-heure, ils vont trouver une solution. Sur d'autres salons, c'est presque impossible. »

« C'est un grand plaisir, la Brafà, confie Craig Finch. C'est du travail extrêmement dur, cinq soirées d'affilée jusque 23 h ou minuit, et vous devez travailler dur pour le préparer sur presque

trois semaines. Mais cela en vaut la peine. C'est très bien organisé, une publicité remarquable et l'an dernier ils ont eu 68.000 visiteurs qu'ils parviennent très bien à faire circuler dans la foire. C'est un environnement très sécurisé, la nourriture y est très bonne... ils construisent un show qui est meilleur d'année en année tant en termes de qualité que de présentation. »

Isabelle Maeght y ajoute un rien qui semble faire toute la différence : l'ambiance entre exposants. « Il y a une vraie ambiance, la qualité des exposants et des organisateurs est extrêmement agréable. Ce n'est pas une foire bruyante, elle n'est pas frappée de snobisme, les restaurants sont bons, c'est une foire incomparable. Il y a de ces foires où vous ne vous risquez même pas de demander à un confrère de vous prêter un escabeau. À la Brafà, vous n'hésitez pas ! »

Cela donne comme l'envie de s'y promener, non ?

ALAIN LALLEMAND



» Les collectionneurs belges sont des gens très cultivés, très collectionneurs, avec lesquels nous avons vraiment du plaisir à passer du temps. »

Patrick Pouchot-Lermans

(Galerie Schifferli, Genève)