

# « La BRAFA souhaite conquérir un nouveau public »



Klaas Muller, président du conseil d'administration de la BRAFA. © BRAFA

Ce n'est jamais qu'un chiffre, mais un changement de décennie est toujours l'heure des bilans. À l'aube du 70e anniversaire de la BRAFA, COLLECT s'est entretenu avec son nouveau président, quelques débutants et certains vétérans, des compatriotes et des étrangers, quant au devenir et au dynamisme de la foire mais aussi sur l'état du marché. D'une ambiance décontractée aux contrôles stricts, des chasseurs de trésors à un fossile d'ichtyosaure, du gouvernement laxiste aux récents procès, tout a été passé au crible.

Ce dossier ne souligne pas seulement la riche histoire de la BRAFA, mais rend aussi compte d'un marché empreint d'innovation et de résilience. « La BRAFA n'a pas besoin de s'agrandir, mais de s'améliorer. » Voici ce qu'affirme Klaas Muller, nouveau président du conseil d'administration.

TEXTE : **BEN HERREMANS**

La 70e édition de la BRAFA débutait le 24 juin dernier, avec un important remaniement du conseil d'administration. Outre Harold t'Kint de Roodenbeke, le président, Francis Maere, Olivier Theunissen et Christian Vrouyr quittaient également l'équipe dirigeante. Klaas Muller est passé du poste de vice-président des Antiquités & Maîtres anciens à celui de président. Didier Claes (vice-président pour l'Art non européen) et Jean Lemaire (trésorier) restent aux commandes. Les nouveaux venus sont Christophe Boon (vice-président Art moderne & Contemporain), Arnaud

## 70 ans de BRAFA

Jaspar-Costermans (vice-président Antiquités & Maîtres anciens), Tobias Desmet (secrétaire général) et Herwig Simon (administrateur). Klaas Muller siège au conseil d'administration de la BRAFA depuis 2015. Il en est le vice-président depuis 2021.

### COLLECT : Est-ce une révolution de palais ?

« Pas du tout. La BRAFA est organisée par l'asbl Foire des Antiquaires de Belgique. Celle-ci convoque chaque année une assemblée générale statutaire, qui élit tous les trois ans un nouveau conseil d'administration. Il n'y a rien à dire sur l'ancien CA, qui a très bien fonctionné. L'édition de 2024 fut l'une des plus belles de l'histoire de la foire, avec une fréquentation record de 67.000 visiteurs. Mais certains membres ne se sont plus présentés, en raison de leur âge. C'était l'occasion d'effectuer un petit rajeunissement. »

### Et un changement aussi ?

« D'autres inflexions. Nous ne voulons pas étendre la BRAFA, nous voulons l'élargir. Si l'art moderne et contemporain demeure important, nous voulons mettre davantage l'accent sur d'autres spécialités et rééquilibrer la foire. La diversité fait partie de notre identité. Nous voulons que nos visiteurs puissent goûter à beaucoup de choses. C'est également la raison pour laquelle nous ne divisons pas l'espace en sections. Tout se mélange, les différents genres se renforcent et se relativisent. L'art moderne et contemporain y avait pris trop d'ampleur. Ces dernières années, lorsqu'un exposant partait, il était presque automatiquement remplacé par un spécialiste en art moderne et contemporain. À partir de 2026, nous n'accueillerons de nouveaux venus dans le domaine que s'ils présentent une qualité exceptionnelle et viennent de préférence de l'étranger. Parce que nous voulons nous internationaliser encore davantage, tant en ce qui concerne les participants que les visiteurs. L'international occupe déjà une place importante chez nous, avec quelque seize pays différents cette année, mais nous voulons renforcer cette dimension. »

### Une nouvelle collaboration avec l'Institut Royal du Patrimoine Artistique (IRPA) s'inscrit dans cette quête de diversité ?

« Et aussi dans notre envie de donner à la BRAFA une image encore plus professionnelle. L'IRPA traite de recherche, de conservation, de restauration et propose des ateliers sur son stand. L'aspect technique prend de plus en plus d'importance dans



Henri Evenepoel, *Rochers à Tipaza*, 1898, huile sur toile. © Klaas Muller

la profession. Nous organisons également des conférences données par d'éminentes personnalités, qui partagent leur expertise et leur point de vue. La BRAFA est une fête, mais elle s'ancre dans le professionnalisme. »

### Quelles sont ses autres caractéristiques ?

« La qualité est notre meilleure publicité. Chez nous, le *vetting* dure deux jours. Nous faisons intervenir une centaine d'experts internationaux. Ils examinent la qualité, la provenance et l'authenticité de chaque pièce, sur chaque stand. Leur travail est-il correct et suffisamment bon ? Ce qui n'est pas conforme est refusé. Durant ce contrôle, les exposants ne sont pas autorisés à demeurer sur leur stand. C'est une garantie pour le visiteur et l'acheteur éventuel. »

### Et pour l'exposant, l'assurance d'un environnement de qualité.

« Nous avons un retour d'environ 115 participants sur 130, des exposants qui reviennent chaque année. Cela témoigne d'une grande satisfaction. Bien entendu, il y en a toujours qui décrochent, parce qu'ils prennent leur retraite ou cessent leurs activités. Mais nous disposons du potentiel pour les remplacer : la BRAFA peut s'enorgueillir d'une offre abondante. Mais, la foire n'a pas besoin de s'agrandir, au risque d'une sursaturation. Nous n'avons pas non plus la place pour cela. »

### N'y a-t-il pas trop de foires ?

« L'offre est excédentaire. La BRAFA ne regarde pas ce que font les autres. Nous suivons notre propre route, avec notre propre identité. Nous avons l'avantage du calen-

drier : la BRAFA est le premier grand rendez-vous de l'année. Et nous associons qualité et accessibilité. Toutes les pièces n'y sont pas forcément hors de prix : il s'agit d'une stratégie délibérée. Depuis, c'est devenu un système qui s'autorégule. La BRAFA souhaite conquérir un nouveau public. Nous sommes heureux de constater que nous accueillons de plus en plus de jeunes. L'art en général suscite beaucoup d'intérêt. »

### Avez-vous quand même des doléances à formuler ?

« Des doléances ? Notre marché est intéressant, mondial, mais aussi incroyablement diversifié en termes de contenu. Il y a tellement de styles, de genres, de segments et de types de commerces de l'art qu'il reste encore de la marge. »

### N'y a-t-il pas trop de concurrence ?

« La concurrence s'accroît, tous azimuts. Certaines fondations débarquent avec des équipes entières. Nous y opposons notre expertise. Et notre passion : chez moi, elle prend la forme d'une foi naïve. Quand j'entre quelque part, je me dis : il y a peut-être ici un tableau de Van Dyck. Sans cette candeur, vous ne trouverez jamais de Van Dyck. Nous sommes les derniers chasseurs de trésors. Cela ne s'arrête jamais, mais je ne le vis pas comme un travail. Je suis entouré en permanence de beauté, qui commence presque toujours par l'émotion. Du luxe à l'état pur. Parfois, ma femme me reproche de ne pas être vraiment "présent", même quand je suis là. C'est parce qu'une peinture occupe alors toutes mes pensées. Je ne le ressens jamais comme un fardeau. »

CHRISTIAN VROUYR :

# « La qualité compte plus que le lieu »



Albert Van Huffel, tapis noué à la main, réalisé dans les ateliers de De Saedeleer. © Vrouyr

Les débuts de la BRAFA, un monologue du marchand de tapis Christian Vrouyr, qui y participe depuis 1957 et fut membre de son conseil d'administration de 2015 à 2024. « La qualité compte plus que le lieu. »

C'est en 1956 que, sous le nom de Foire des Antiquaires, débutait timidement la BRAFA en la salle Arlequin des galeries Louise, à Bruxelles. Christian Vrouyr, un de ses participants s'y promenait déjà : « J'avais six ans à l'époque. Nous y avons participé à partir de 1957. Notre entreprise familiale venait d'ouvrir un magasin à Bruxelles, dans le goulet Louise, juste en face de la salle Arlequin. Nous n'avions que quelques pas à faire, une façon simple et agréable de se faire un nom à Bruxelles. Nous partageons notre stand avec les Anversois de chez Campo. Nous exposons nos tapis,

ils avaient une galerie. Charles Van Hove avait alors ses bureaux dans le même bâtiment. Il était l'initiateur du salon et présidait la Chambre Royale des Antiquaires de Belgique. La vice-présidente était son épouse, madame Wouters, baptisée Mamy, car c'était une mère pour nous tous. » Au début, il n'y avait qu'une poignée d'antiquaires, qui se réunissaient et souhaitaient montrer ce qu'ils avaient chez eux : « L'évolution fut rapide : en 1968, le salon déménageait au Palais des Beaux-Arts. Avec quarante, voire cinquante exposants, parfois un étranger, il n'était pas encore question de salon international. Nous avons perçu la possibilité d'en accueillir plus. Aussi, avons-nous rendu le contrôle plus strict. » Le Palais des Beaux-Arts était un lieu compliqué, peu pratique. Lorsque Tour & Taxis fut réaménagé, en 2004, le salon y a élu domicile : « Ce site offrait une tout autre dynamique, alors que la BRAFA se déroulait déjà au Palais des Beaux-Arts. En 2022, nous avons été obligés de déménager. Tour & Taxis souhaitait louer le bâtiment à des

enseignes permanentes. Ils n'en ont loué que la moitié, mais les 10.000 m2 restants ne nous suffisaient plus. Nous disposons aujourd'hui de 22.000 m2, au Heysel. Un site extrêmement pratique. »

## L'INTÉRÊT DE LA BRAFA

Christian Vrouyr estime que la qualité compte plus que le lieu. Il considère que la BRAFA fait partie des trois meilleures foires d'art au monde : « C'est grâce au *vetting*. Nous avons externalisé son organisation, avec des personnes issues de préférence des musées, car ils disposent de connaissances étendues. Nous complétons leur manque de connaissances du marché par notre savoir-faire commercial. » La presse étrangère s'y est beaucoup intéressée : « Même Paris, où on toise "les petits Belges", s'y est rangée. La BRAFA demeure conviviale, nous disent les exposants étrangers. Ils s'y sentent en vacances. Bruxelles possède d'excellents restaurants. Au salon même, ils se font dorloter par la directrice générale, Beatrix Bourdon, personnage-clé de la

## 70 ans de BRAFA

# « L'antiquaire traditionnel disparaît »



« Les exposants de la BRAFA sont une sorte de "fournisseurs de la cour". »

CHRISTIAN VROUYR

foire. » Christian Vrouyr perçoit, chez les exposants, une dynamique de groupe : « Plus la qualité du salon est bonne, plus ils déploieront d'efforts l'année suivante. Pour nombre d'exposants, la dimension commerciale est primordiale. A la BRAFA, ils doivent réaliser un chiffre d'affaires décent pour passer une bonne année. Ce qui ne s'applique pas à nous. Nos tapis doivent attirer l'attention des visiteurs, qui viennent à nous et nous leur demandons comment ils nous ont remarqués. Un jour, quelqu'un a dit : "Cela fait dix ans que je viens à la BRAFA, je vous tiens à l'œil et j'ai toujours dit : si nous avons besoin d'un tapis un jour, nous savons à qui nous adresser". C'est l'intérêt de la BRAFA, un exercice de patience. Si je n'y vends rien, cela ne m'inquiète guère. Contrairement à mes voisins, qui se montrent vite nerveux. Car, si ce n'est pas un salon bon marché, ce n'est pas non plus le plus cher. Autrefois, je payais un million de francs belges pour y exposer. Je comprends les marchands qui déclarent ne pas pouvoir se le permettre. Mais la BRAFA vaut la peine d'y investir. Cela dépend toujours du prix des pièces, mais les retombées sont indéniables. 65.000 visiteurs de haut niveau, une carte de visite inégalable. Une participation à la BRAFA a un fort impact psychologique. Les visiteurs vous qualifient d'éminent exposant. Nous sommes une sorte de "fournisseurs de la cour", un label de qualité. »

Le Parisien Christophe Perlès participe, pour la deuxième année consécutive, à la BRAFA. Avec de belles céramiques, mais un regard pessimiste sur le devenir du métier d'antiquaire.

**P**our l'édition 2024, l'antiquaire parisien Christophe Perlès était l'invité de Jean Lemaire, trésorier du conseil d'administration : « Monsieur Lemaire et moi avons la même spécialité : la céramique européenne. J'ai été sollicité en tant qu'expert pour le département céramique. Lorsqu'ils m'ont demandé de revenir comme exposant, j'ai accepté. Si je peux contribuer un tant soit peu à la défense des antiquités et de l'art ancien, je le ferai volontiers. »

### COLLECT : Faut-il donc prendre la défense de l'antiquaire ?

« Les antiquaires perdent du terrain par rapport aux salles des ventes. Nous avons encore un rôle d'expert et de conseiller à jouer. Les salles des ventes développent un formidable marketing face auquel nous ne sommes guère de taille. Car notre métier est individualiste, je parle ici surtout pour moi. Je ne suis pas optimiste quant à l'avenir. Les antiquaires qui survivent aujourd'hui sont trop spécialisés ou ont beaucoup de moyens pour s'offrir des stands prestigieux sur de grands salons. Le métier d'antiquaire, dans son acception traditionnelle, avec un magasin où recevoir les clients, ne tiendra plus longtemps. Il y aura bien entendu toujours des antiquaires, parce qu'il y a toujours de la place pour des personnalités aux compétences exceptionnelles. Je constate de nombreuses erreurs dans la description des objets négociés lors des ventes publiques. Toutes les maisons ne peuvent s'offrir le luxe d'avoir des experts dans tous les domaines. Le métier d'antiquaire change. Que cela plaise ou non, il faut vivre avec. Cela ne sert pas à grand-chose de dire : "c'était mieux avant". La capacité d'adaptation est le maître-mot. Le métier que j'exerce me plaît toujours autant, même s'il n'est plus comme avant. Il est devenu plus compliqué, mais demeure passionnant. »

### Trop de concurrence ?

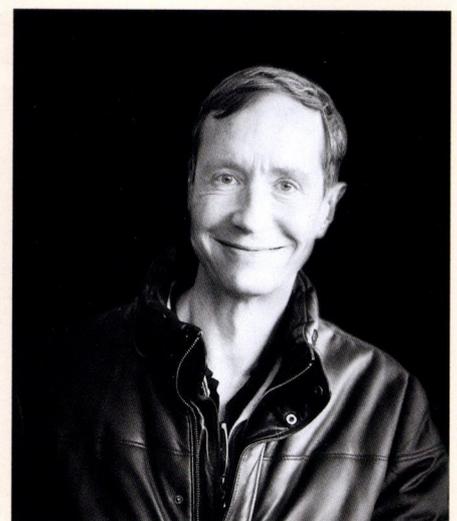
« Il n'y a pas plus ou moins de concurrence que par le passé, mais elle a changé. Parfois, nous nous faisons concurrence entre collègues. Chacun avait son champ d'action professionnel, chacun savait où il pouvait se fournir, où il pouvait acheter, à peu près dans toute l'Europe. Aujourd'hui, mes concurrents sont non seulement des collègues, mais souvent aussi des clients. Mes clients sont des collectionneurs qui se tiennent au courant de tout ce qui se passe grâce à l'Internet. »

### Est-ce la faute de l'Internet ?

« Le côté positif de l'Internet, c'est que je peux vendre à des gens qui se trouvent à l'autre bout du monde. J'ai des clients que je ne connais pas. Je peux aussi acheter des objets à l'autre bout du monde : des objets dont je n'aurais jamais eu connaissance sans l'Internet. Le côté négatif, c'est que si je peux le faire, tous les autres en sont aussi capables. Tous les matins, j'allume mon ordinateur et il ne se passe pas un jour sans que je découvre quelque chose. Mais mes concurrents le découvrent aussi. »

### Et à la fin, le client choisit...

« C'est en effet son choix. S'il cherche des objets authentiques, il les achètera chez un marchand ou dans une vente aux enchères qui a bonne réputation. Voudra-t-il s'aventurer en un lieu obscur ? Pourquoi pas ? Si cela foire, c'est son problème. C'est une jungle. Mais on n'est pas obligé d'y entrer. »



Christophe Perlès. © D. R.

FRANCIS JANSSENS VAN DER MAELEN :

# « Les temps sont durs »



Jean E. Puiforcat, fontaine à eau Art déco, faisant partie d'un service à thé incluant une théière, un sucrier et un pot à lait, Paris, ca. 1925, argent et bois, 29 x 22 x 20 cm. Courtesy Francis Janssens van der Maelen  
 © photo : Luk Vander Plaetse

L'antiquaire Francis Janssens Van der Maelen est présent sur le marché depuis 44 ans et participe à la BRAFA depuis 1990. Il a vu la foire s'apprécier, tandis que le marché se complexifiait.

« **P**assion » est le terme incontournable dans une conversation avec des marchands d'art. « Sans passion, on ne va pas loin », affirme également Francis Janssens Van der Maelen. « Il faut connaître son sujet, développer son goût personnel et ne pas s'écarter de cette voie. Ne pas changer, même dans des moments difficiles. Par exemple, lorsqu'une foire est totalement ratée. En 1997, mes pièces sont arrivées à Hong Kong avec un énorme retard. J'ai encore une photo de moi, amaigri de trois kilos, sur un stand vide. Mes objets sont arrivés trois heures avant la fermeture. J'ai d'abord pensé que cela ne valait plus la peine de les décharger, mais mon collègue Patrick Berko m'a fait changer d'avis. Alors que j'étais occupé à les déballer, une dame s'est présentée sur mon stand et m'a acheté douze pièces. Ce fut une des meilleures foires de ma vie. Il faut forcer la chance. »

#### BRAFA VERSUS TEFAF

Francis Janssens Van der Maelen n'expose plus à la TEFAF de Maastricht : « Après le Covid, ils m'ont demandé de me limiter strictement à ma spécialité, les objets d'art et d'argenterie, surtout l'Art déco et l'Art nouveau. Cela ne m'intéresse pas : j'ai toujours, avec succès, apporté beaucoup de variété sur mon stand. Les meilleures années, je réalisais 80 % de mon chiffre annuel à Maastricht. Si la perte de la TEFAF fut une catastrophe,

## 70 ans de BRAFA



« Les contrôles rigoureux à la BRAFA sont rassurants pour tout collectionneur, qui est ainsi certain de faire un achat sûr. »

FRANCIS JANSSENS  
 VAN DER MAELEN



Jean E. Puiforcat, paire de chandelier Art déco, à trois bras de lumière, Paris, ca. 1930, argent, H 26.5 cm. Courtesy Francis Janssens van der Maelen. © photo : Luk Vander Plaetse

l'année suivante, j'effectuais l'une de mes meilleures BRAFA. Cette foire accueille un public différent, plus enthousiaste, alors que la TEFAF est très institutionnalisée. À Maastricht, la concurrence entre exposants est énorme. On ne sait jamais si on reviendra l'année suivante. Il y a trente ans, la BRAFA était une petite foire d'antiquités, mal organisée, avec un président très compétent dans son domaine, mais moins sur un plan événementiel. À dix-sept heures, on faisait sauter les bouchons. Or, la BRAFA est toujours aussi agréable. On s'y amuse. » Mais ne vous y trompez pas : « La plupart des exposants viennent à la BRAFA pour vendre et au moins récupérer leur mise, qui ne cesse d'augmenter. Un stand à la BRAFA coûte 1.250 euros du mètre carré. Cela chiffre donc facilement à 40.000-45.000 euros pour 35 mètres carrés, sans compter la scénographie. Le seuil de rentabilité doit donc être atteint dès le premier dimanche. La BRAFA ouvre ses portes le jeudi et, dès le premier samedi, les exposants savent si la foire sera bonne. Les ventes se font surtout au début : c'est là que la concurrence entre collectionneurs se joue. Mais il y a aussi ceux, plus décontractés, qui viennent le dernier week-end. » La BRAFA est-elle un must ? « De nombreux clients économisent en prévision de la BRAFA. La qualité de l'offre y est stupéfiante. Avec, en sus, la garantie de l'authenticité. Les contrôles rigoureux y sont rassurants pour tout collectionneur, certain de faire un achat sûr. » Si, comme à la TEFAF, Francis Janssens

Van der Maelen n'a jamais perdu d'argent à la BRAFA, à Miami, il lui est arrivé de ne rien vendre du tout : « Aux États-Unis, il faut investir beaucoup, se donner plusieurs années pour s'implanter et, surtout, être bien vu des architectes d'intérieur. Ce sont eux qui décident pour leurs clients. On évite Londres après le Brexit et, à Paris, l'atmosphère n'est pas optimale en ce moment. Bâle reste bien, seuls les Suisses n'aiment pas acheter en Suisse. Ils préfèrent le faire à l'étranger. C'est leur nature calviniste : ils n'aiment pas montrer qu'ils ont de l'argent. »

### TROP D'ENCHÈRES

Les temps sont durs sur le marché, estime Francis Janssens Van der Maelen : « Les ventes aux enchères ont proliféré. Pendant le Covid, les gens se sont rués sur l'Internet et y ont acquis des œuvres pour s'amuser. Aujourd'hui, on observe un ralentissement : la demande est supérieure à l'offre. Certaines ventes sont annulées, le chiffre d'affaires s'effondre. Le marché commence à rétrécir, même en France. Les maisons de vente se rachètent les unes les autres ou fusionnent. Un assainissement est en cours. » Francis Janssens Van der Maelen n'est pas un fan inconditionnel de la mondialisation et de la numérisation. S'il en reconnaît les avantages, il en connaît aussi les inconvénients : « Aujourd'hui, tout le monde s'informe rapidement, tout évolue à la vitesse de l'éclair. Cette transparence est une bonne chose et, grâce à l'informatique, les

« La BRAFA ouvre ses portes le jeudi. Le premier samedi, les exposants savent si la foire sera bonne. »

acheteurs me contactent plus rapidement : "J'ai vu que vous vendiez de l'argenterie." Mais cela fait grimper les prix. Prenez, par exemple, une pièce intéressante proposée au Canada, dont la valeur est estimée entre 3.000 et 4.000 euros. Tout le monde la repère et renchérit, à tel point qu'à la fin, elle part à 40.000 euros. » Les marges bénéficiaires diminuent : « Les prix sont publiés, tout le monde les connaît. La somme que vous demandez sera ainsi comparée à votre prix d'achat. Et les coûts augmentent sans cesse : le stand et son aménagement, le transport, les assurances. » La politique n'est pas vraiment d'une grande aide : « Heureusement, la nouvelle règle de TVA pour le négoce de l'art, introduisant un taux de 21 %, a été retardée de cinq ans. Le gouvernement est à court d'argent et compte sur une contribution de l'art, mais il oublie que tout le monde passe la frontière lorsque les taxes sont moins élevées ailleurs. En France, elle est de 5,5 %. En Angleterre, ils ont augmenté les taxes et les ventes d'antiquités ont rapidement chuté, d'au moins 30 % en 2023. »



« Nous présentons des œuvres rarement vues ici. »

domaine. Sur un marché difficile avec une offre restreinte, Colnaghi peut se prévaloir d'atouts internationaux. Si nous présentons des œuvres rarement montrées ici, nous espérons également rencontrer des personnes qui souhaitent vendre leurs œuvres anciennes. »

#### MISSION ÉDUCATIVE

Philippe Henricot refuse de passer pour un utopiste : « Le marché est tendu. La situation géopolitique incite à la prudence et nous assistons à une certaine frilosité de la part des collectionneurs. Ce n'est pas la première crise que le monde traverse. Si toute crise est source de problèmes, c'est aussi propice à la créativité et aux opportunités. Nous devons trouver notre voie dans ce contexte changeant. C'est pourquoi nous nous tournons aussi vers les nouvelles générations, qui vont gagner de l'argent et entamer peut-être une collection. Il est crucial qu'ils puissent considérer l'art ancien à sa juste valeur. Pour inverser ce manque d'intérêt, il nous faut fournir les instruments qui conduisent à une meilleure compréhension. Les musées et galeries ont ici une mission éducative à assumer. Il s'agit de créer les conditions d'une osmose avec les œuvres pour permettre d'apprendre à mieux regarder et questionner l'art ancien. » Philippe Henricot est formel : « L'art de qualité suscitera toujours l'intérêt. L'offre est le nerf de la guerre. En art ancien, elle diminue comme peau de chagrin : trente pour cent de nos ventes se font à des musées, les œuvres n'entrent presque plus chez des particuliers. Alors que l'art contemporain demeure très spéculatif. Il suffit de contempler l'offre des galeries bruxelloises : quatre-vingt pour cent d'entre elles proposent de l'art contemporain. Pour partie, il s'agit d'artistes talentueux qui entreront dans l'histoire, contrairement à d'autres. Ce qui est normal, car le recul historique doit faire son œuvre. Il n'en était pas autrement au XVIIe siècle. Il ne subsiste qu'un faible pourcentage des centaines de milliers d'artistes de l'époque. Ce sont ceux qui se trouvent aujourd'hui dans les grands musées. Tous les autres sont tombés dans l'oubli. »

COLNAGHI :

## « L'art ancien devient une niche »

Installée en Belgique il y a trois ans, la galerie anglaise Colnaghi fait ses débuts à la BRAFA. « Une crise est aussi propice à la créativité et aux opportunités », déclare son directeur, Philippe Henricot.

**C**olnaghi est l'une des plus anciennes galeries d'art du monde, dont la fondation remonte à 1760. Elle a son siège social à Londres et rayonne au niveau international avec des filiales à New York, Madrid et Bruxelles. Philippe Henricot : « Le marché de l'art belge possède une solide réputation, avec de bons collectionneurs d'art

ancien, notre spécialité. Nous considérons aussi Bruxelles comme une plateforme logistique. Il est plus facile d'y faire parvenir des œuvres à des destinataires européens que depuis Londres. Le Brexit a rendu cette procédure longue, coûteuse et compliquée. Nous disposons donc d'un espace de stockage en périphérie. » L'enseignement s'est établie en Belgique pour une troisième raison, le constat que le marché de l'art ancien devient niche : « L'art ancien est moins à la mode, les œuvres sont difficiles à obtenir et coûtent cher. Il y a encore des collectionneurs en Belgique, que nous ne pourrions atteindre depuis Londres. Nous espérons les rencontrer à la BRAFA. L'offre d'art ancien en Belgique diminue, il y a moins de galeries spécialisées dans le

## 70 ans de BRAFA

# « Si je ne peux pas vendre, je n'aurais jamais dû acheter »

Bien des raisons ont poussé Wiljan Versteeg de Kunstconsult 20th century art | objects à participer, pour la première fois, à la BRAFA. « Les enchères ? Pas vraiment, non ! Tout le monde voit ce que vous achetez et pour quel montant. »

**W**iljan Versteeg, spécialiste de l'art du XXe siècle, participe pour la première fois à la BRAFA : « Par le passé, nous avons tenté d'organiser une section regroupant plusieurs marchands néerlandais, mais cela ne s'est pas fait. C'est alors que la graine a germé. Je tenais ce salon à l'œil, m'y rendais chaque année, observais les évolutions, les visiteurs qui parcouraient les allées, les exposants qui revenaient d'une année sur l'autre, le succès qu'ils rencontraient. Jusqu'à ce que je me dise que cela pourrait me convenir. La BRAFA est une foire de premier plan. Les arts appliqués, ma spécialité, y sont mis en exergue. » Wiljan Versteeg préfère éviter les enchères : « Je n'ai rien contre la transparence, mais tout le monde voit ce que vous achetez et pour quel montant. Vous perdez ainsi toute possibilité d'en tirer un bon prix. Cela fait trente ans que je travaille dans le secteur. Les gens m'appellent pour me demander : "Si je meurs, accepteriez-vous d'être le curateur de mes biens ?" L'autre jour, j'ai acheté la vaste collection d'un célèbre collectionneur. Il avait un dossier plein d'invitations de galeries. Je figurais en haut de la pile et ses enfants savaient que j'étais l'homme auquel ils devaient s'adresser pour vendre la collection de leur père. Ce genre de flux profite à tous. Les pièces sont remises en circulation. En outre, elles ont souvent été achetées directement à l'artiste. Dans mon estimation, j'inclus le produit d'une éventuelle mise aux enchères. Et comme je gagne plus d'argent, je peux aussi mieux payer les personnes. » Il aime aussi rencontrer ses clients : « Cela mesure une

certaine durabilité. Si vous vous coupez de vos clients, vous vous coupez de l'évolution du marché et du goût. Il arrive à tout le monde de se tromper, mais si je ne peux pas vendre, je n'aurais jamais dû acheter. »

### La Belgique un cran au-dessus

Autre raison pour laquelle Wiljan Versteeg fait ses débuts à la BRAFA ? « Selon moi, les intérieurs belges sont plus richement décorés que les néerlandais, parce qu'épurés et minimalistes. Sans fioritures. Un objet doit être mis en valeur dans un intérieur sobre. La vitrine, elle se trouve chez les personnes auxquelles j'achète, pas chez celles auxquelles je vends. De même, les vendeurs connaissent parfaitement leurs objets. Ils les ont souvent collectionnés de façon ciblée. Alors que les acheteurs, en général, en savent très peu sur le sujet. Ils ne s'en soucient guère. Un objet leur plaît, ils ont la place pour l'exposer, ils l'achètent. Savez-vous quel est le problème aujourd'hui ? Les milléniaux et la Gen Z ne possèdent pas de maison. Tout au plus, une pièce de cinq mètres sur quatre, grosso modo. Ou ils vivent encore chez leurs parents. Ils ne commencent pas de collection. Ils n'ont pas



« Selon moi, les intérieurs belges sont plus richement décorés que les néerlandais. »

WILJAN VERSTEEG

la place pour. » Wiljan Versteeg explique qu'il envie la place qu'occupe l'art dans l'enseignement belge : « Quand vous allez dans un musée belge, vous y rencontrez toujours des classes. Ce n'est plus le cas aux Pays-Bas, pour des raisons économiques. »



Bodil Manz, paire de formes cylindriques en porcelaine très fines en deux tailles, Danemark, 1943. © photo

STONE GALLERY :

# « Et puis la BRAFA a changé d'avis »



Au centre : géode de quartz, poids : 1.500 kg, 245 x 147 x 133 cm. Origine : Uruguay. À gauche : disque de bois pétrifié, États-Unis, 225 millions d'années. À droite : labradorite, Madagascar.

La Stone Gallery a vu deux fois sa candidature pour participer à la BRAFA rejetée. Elle ne faisait pas dans l'art. Mais, seuls les imbéciles ne changent pas d'avis : les Masin père et fils seront bientôt à Bruxelles. « Il y a dix ans, nous ne participions qu'à des salons professionnels. »

**M**inéraux, météorites, bois pétrifié et fossiles âgés de plusieurs millions d'années : Roy Masin et son fils Max (troisième génération) de la Stone Gallery entraînent le visiteur dans des temps très anciens. Ils participent pour la première fois à la BRAFA. Roy Masin : « Je n'y ai jamais été en tant que visiteur. Nous sommes présents cette année pour la quatrième fois à PAN Amsterdam, notre premier salon d'art. Avant cela, il y a dix ans, nous ne faisons que des salons professionnels, partout dans le monde : nous avons exposé vingt fois en Amérique, huit fois au Japon, dans tous les pays d'Europe, la liste est longue. Ce qui ne manque pas de logique, vu que nos produits viennent de partout : du Brésil surtout, mais aussi d'Afrique, d'Australie, d'Inde... Nous allons aussi souvent en Russie. » C'est à PAN que les Masin sont entrés en contact avec le monde de l'art et ils en ont redemandé. Mais la Stone Gallery fut refusée à trois reprises par la TEFAF et deux fois par la BRAFA : « Et ce, chaque fois parce que ces organisations décrivent l'art comme créé par l'homme et que nous ne répondons pas à leurs critères. Nos pièces sont créées par la Terre et le Temps. Elles s'inscrivent dans un contexte artistique, disent beaucoup, dont un expert de Christie's à Londres qui déclarait : "Si je devais vous recommander un salon, ce serait

## 70 ans de BRAFA

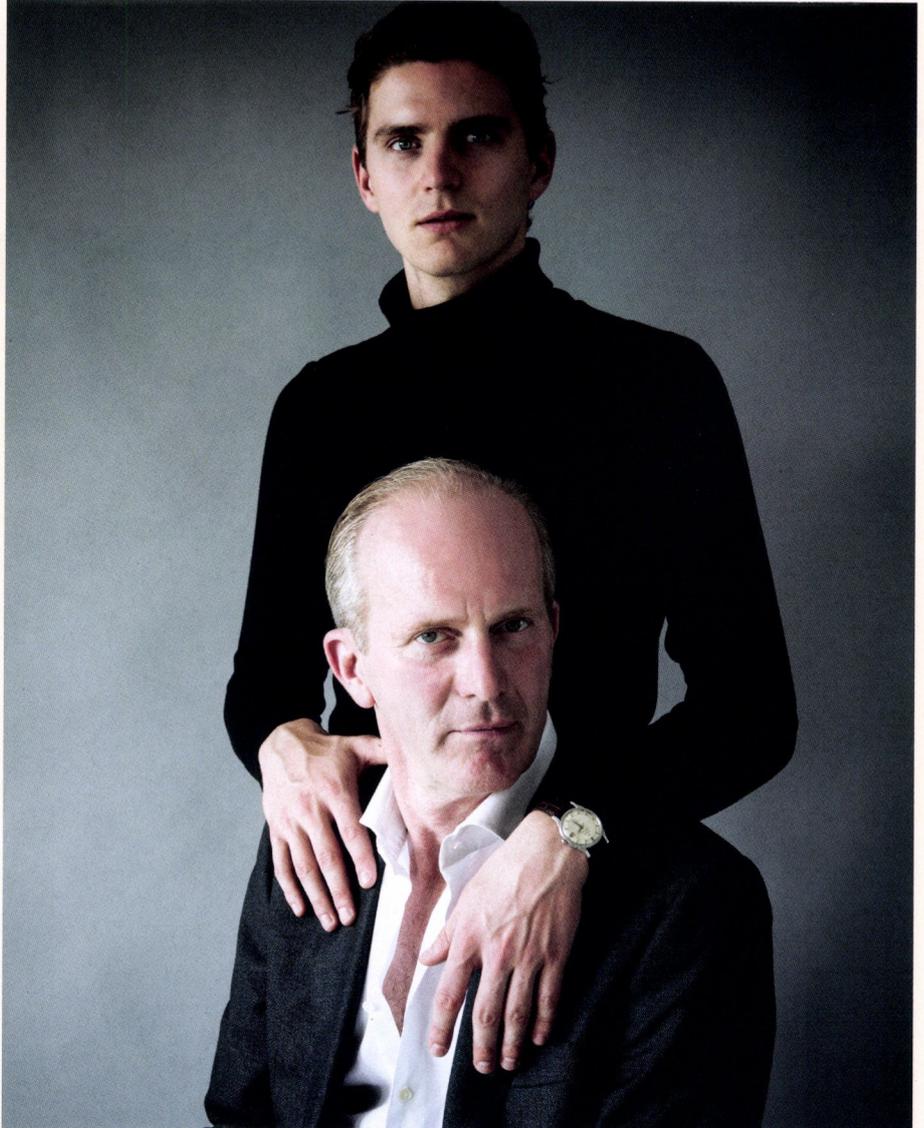
plutôt la BRAFA que la TEFAF. Beaucoup plus accessible, mais aussi plus excentrique. À la BRAFA, il y a des stands fantastiques où on ose montrer ces choses étranges." Ce côté éclectique nous a séduits. » Les Masin ont soumis leur candidature pour l'édition 2025 et essuyé un nouveau refus : « Cet expert de Christie's, également jury de la BRAFA, n'y a rien compris : "Vous vous inscrivez parfaitement dans la catégorie qui leur manque." » Et puis la BRAFA s'est ravisée : « Ils nous ont appelés en personne. Ils ont un nouveau CA ou divers nouveaux membres nous connaissaient, qui nous avaient vus à PAN ou à Londres, où nous avons aussi participé à une foire d'art. Le *New York Times* nous a consacré un article qui a fait sensation. Peut-être que cela a donné d'autres idées à la BRAFA. »

### LOGISTIQUE

Le nouveau CA de la BRAFA a organisé une rencontre chez Douwes Fine Art, à Amsterdam, pour les participants néerlandais. Afin d'y discuter de l'acceptation de Roy et Max Masin : « Tout a été examiné dans les moindres détails et nous avons été approchés de manière aimable et personnelle. Lorsque vous faites beaucoup de foires, vous êtes sensibles à cela. Tout était très bien organisé. Ce qui n'est pas le cas partout. » Cela a un coût : « Les salons professionnels sont environ cinq fois plus abordables. Pour 5.000 à 10.000 euros, vous en faites partie. Il s'agit davantage de "cash and carry". Les stands sont plus petits, et ce type de foire n'est guère luxueux, ni très *lifestyle*. Une foire d'art attire un public plus chic. Tout tourne autour des relations publiques et chaque participant y contribue. » La logistique constitue une charge financière considérable pour la Stone Gallery : « Nous avions, l'an dernier, 4.000 kilos de fret aérien pour le salon de Palm Beach, en Floride. Nous y retournerons en février. Pour maîtriser ces coûts, nous envoyons désormais les pièces par voie maritime. Nous chargerons immédiatement les objets sur le bateau à la fin de PAN. Lors de la BRAFA, ils seront déjà en route. »

### JOYAU

Il s'agit donc de faire une sélection : « Notre "A game" va à la BRAFA. Chaque salon requiert d'autres pièces. Nous essayons d'abord de nous faire une idée de sa fréquentation. La BRAFA est très internationale. Il y a ensuite une combinaison intéressante d'amateurs d'art et de designers d'intérieurs comme Axel Vervoordt. Nous optons pour



Roy et son fils Max Masin, propriétaires de la Stone Gallery. © D. R.

« Notre joyau vaut 1 million d'euros : un fossile d'ichtyosaure vieux de 180 millions d'années. »

un mix entre prix abordables et élevés, avec quelques pièces singulières, visuellement attrayantes, plus notre joyau à un million d'euros : un fossile d'ichtyosaure, vieux de 180 millions d'années. Mais nous choisissons, par exemple, de ne pas présenter d'améthystes, même si notre collection est la plus belle d'Europe. C'est la pierre que nous vendons le plus. Mais, en foire, le public réagit différemment : "ça, on connaît", dit-il sans s'attarder davantage. Nous voulons susciter son intérêt avec des objets singuliers. Ceux qui nous ont rencontrés en foire et visitent notre galerie rentrent souvent avec

une améthyste. » La Stone Gallery escompte des ventes à Bruxelles : « Un salon doit rapporter au niveau local ou atteindre au moins un seuil de rentabilité. Les ventes et le vécu sont parfois décevants. En revanche, si les affaires sont décevantes, mais que le ressenti est bon – vous avez eu des discussions valables et attiré l'attention des médias – un salon peut être un véritable succès. Ce n'est jamais prédéfini. L'effet de surprise entre en ligne de compte : "Ouah, c'est beau, je ne savais pas que ça existait." Une manière de rencontrer, à chaque fois, de nouvelles personnes. On verra ce que cela donne. »

EDOUARD SIMOENS :

# « Les grands musées déterminent la tendance »



Bernar Venet, *Indeterminate Line*, 1987, acier, 186 x 250 x 125 cm. © de l'artiste / photo : Michiel Peeters

« Le marché de l'art n'est pas différent des autres : il fait l'objet de manipulations. » C'est ce qu'affirme Edouard Simoens, qui participe à la BRAFA pour la première fois.

**E**douard Simoens opère sur le marché secondaire : « Cela signifie que nos œuvres ne proviennent pas directement de l'artiste. Elles ont déjà été vendues une fois par une autre galerie ou lors d'enchères, et se sont retrouvées chez un collectionneur privé, pour lequel nous essayons de les revendre. Nous recevons beaucoup de pièces de ce type en consignation. »

**Comment ces collectionneurs arrivent-ils chez vous ?**

« Ils poussent la porte de notre galerie et disent : "Nous avons une œuvre que nous pourrions vouloir vendre éventuellement". »

**Pourquoi s'adresser à vous et non à un galeriste plus aguerri ?**

« Comme nous sommes nouveaux sur le marché, nous essayons de nous faire un nom avec des prix compétitifs. C'est ainsi que nous établissons des contacts et qu'une relation avec le client peut naître et se développer organiquement. »

**Qu'entendez-vous par "prix compétitifs" ?**

« Les gens se focalisent souvent sur les montants records atteints lors de certaines ventes : ils l'ont lu dans le journal ou l'ont vu aux informations. Ce qui crée chez eux des attentes irréalistes. Il faut recadrer ce montant : combien le vendeur a-t-il gardé net ? Il faut parvenir à un prix viable et ne pas s'obstiner à demander un

## 70 ans de BRAFA



« Les gens se focalisent souvent sur les montants records atteints aux enchères. Il faut les recadrer. »

EDOUARD SIMOENS



Kenneth Noland, *Greyed Brown*, 1977, acrylique sur toile, 156 x 237,5 cm. © Edouard Simoens

prix "surévalué", ce qui signifie qu'il n'y a aucune chance que la pièce soit vendue. L'opération doit également être rentable. Nous mettons en jeu notre savoir-faire, notre temps et notre énergie. Le but de notre business est de rapporter. »

### Les prix augmentent-ils ?

« Ils fluctuent. Lorsqu'un grand musée, comme le MoMA, le Centre Pompidou ou le Guggenheim, organise une exposition d'un artiste relativement peu connu, ses prix montent en flèche. Mais beaucoup de bons artistes sont oubliés parce qu'ils n'ont pas été soutenus par les bonnes personnes. Heureusement, il arrive régulièrement que ce genre d'artiste se voie offrir une seconde chance. »

### Le Covid a-t-il eu une incidence sur les prix ?

« Absolument. À l'époque, les gens ont beaucoup acheté en ligne. Ils s'ennuyaient et ne savaient que faire de leur argent. Comme ils restaient confinés chez eux, ils voyaient à quel point leur intérieur était morne. Alors ils ont voulu le redécorer. Les œuvres colorées ont bénéficié d'un coup de pouce, comme en témoignent les prix. L'art figuratif a également fait de bons résultats. Ensuite, il y a eu le mouvement Black Lives Matter, qui a entraîné une forte augmentation des prix des œuvres des artistes afro-américains. Quant aux artistes féministes ou simplement féminines, elles ont profité du mouvement MeToo. »

### Ce sont les tendances ?

« J'appelle cela plus des thématiques. Ce qui compte, c'est l'interprétation qu'en fait l'artiste. Personnellement, je juge un artiste en fonction des critères suivants : qu'a-t-il inventé et qu'est-ce qui rend son style unique ? Si vous reconnaissez l'artiste au premier coup d'œil et à dix mètres de son œuvre, c'est qu'il a su développer une personnalité. Vous pouvez ensuite observer dans quels musées il a déjà exposé. Il doit posséder un certain pedigree, une histoire. »

### Ce qui fait monter le prix de son travail...

« À juste titre, dans ce cas. Mais je pense que, pour de nombreux artistes dont les œuvres se chiffrent en millions, les prix sont manipulés et totalement disproportionnés. »

### Manipulés ?

« Il suffit que deux cinglés, lors d'une vente aux enchères, veulent la même œuvre et qu'ils s'affrontent. Cela génère des prix insensés. Ou prenez des personnalités comme François Pinault et Bernard Arnault. Ce sont des pionniers qui peuvent faire et défaire le marché. Souvent, ils déterminent la carrière et l'avenir d'un artiste. »

### Vous-même ne soutenez pas d'artistes...

« En effet, je ne suis pas le galeriste qui découvre de nouveaux talents. Je préfère travailler avec des valeurs sûres. Les prix sont plus élevés, mais justifiés. Ceux qui achètent les œuvres d'un artiste établi

savent que celles-ci ont une valeur fixe, qui ne peut changer radicalement du jour au lendemain. Certains souhaitent découvrir de nouveaux noms et spéculer. Là aussi il y a des manipulations, comme sur n'importe quel marché. Pourquoi une œuvre est-elle mise en vente à un prix anormalement élevé ? Il peut s'agir d'un accord entre plusieurs marchands qui font monter les enchères afin de pouvoir justifier d'un prix encore plus élevé lors d'une future revente. De telles façons se produisent partout, pourquoi le marché de l'art ferait-il exception ? »

### Quelles sont les tendances ?

« Cela dépend des expositions dans les grands musées. Les commissaires et les directeurs artistiques y définissent les tendances. Ils fixent les lignes. Ce qu'ils proposent a un impact sur l'ensemble du marché. Et oui, cela implique parfois une certaine manipulation. Car on peut quand même se demander d'où viennent certaines choses. Le figuratif fait désormais fureur. Cela me fait penser à la grande exposition Rothko à la Fondation Vuitton. Il était frappant de voir comment son travail figuratif était mis en avant dans cette exposition. »



### BRAFA

du 26-01 au 02-02  
 Brussels Expo  
[www.brafa.art](http://www.brafa.art)