Management

Audiadis invente le magasin du futur
PAGE 76

MENU | CHERE MÉLANIE 74 | TÊTES 75 | PME 76

FORMATION

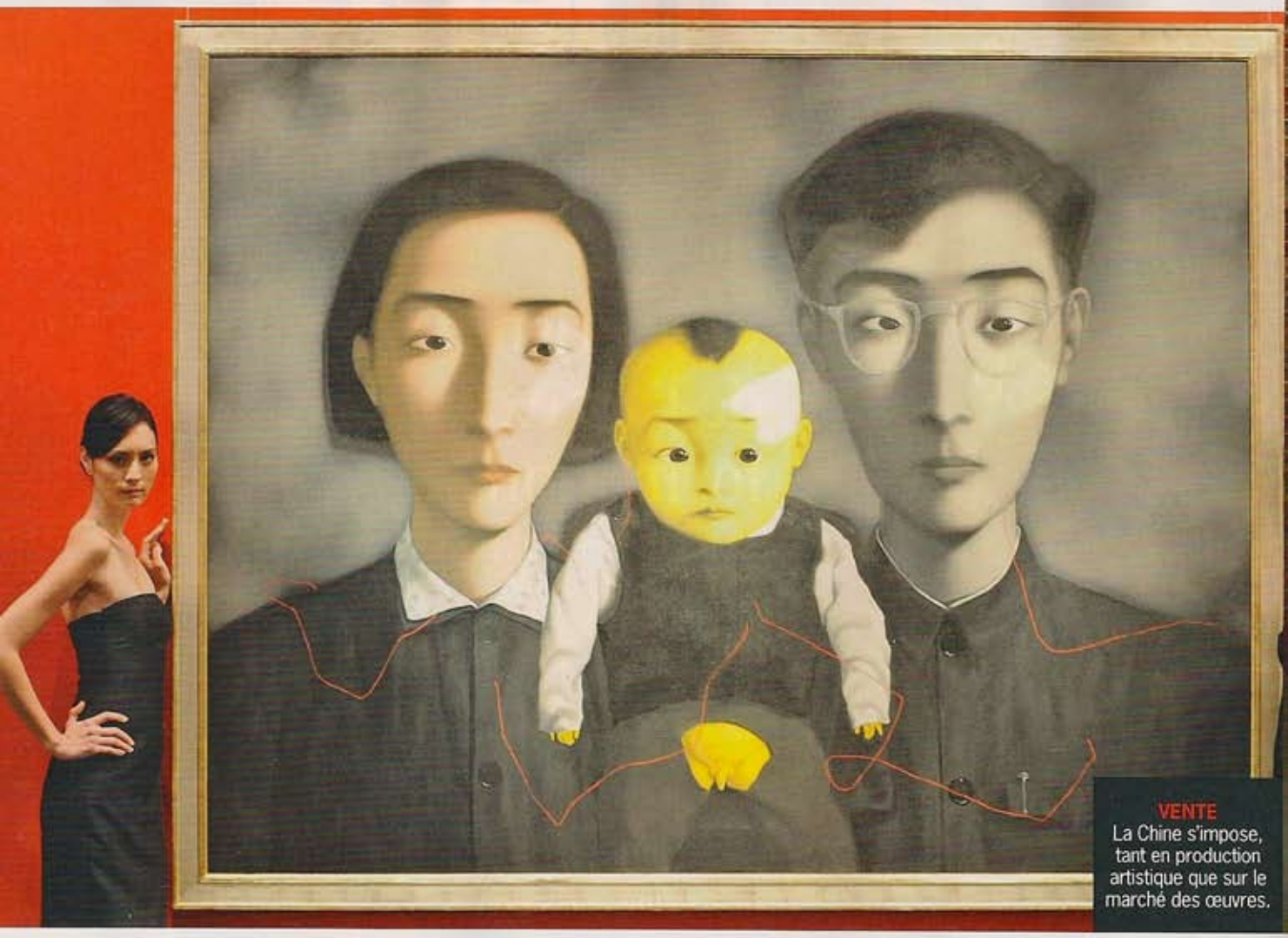
«L'exotisme du marché de l'art exige une formation sur mesure»

En septembre 2011, Zurich comptera un nouvel executive master sur le marché de l'art. L'un de ses promoteurs, Nicolas Galley, chargé de cours à l'Université de Fribourg et directeur de ce programme, explique pourquoi il était temps de prendre une telle initiative.

PAR PIERRE-YVES FREI

NICOLAS GALLEY
«Le marché de l'art est particulier et l'on peut difficilement l'aborder à temps partiel.»

PHOTO: ALBAN KAKULYA



VENTE
La Chine s'impose, tant en production artistique que sur le marché des œuvres.

Bilan Le marché de l'art est-il si particulier qu'il faille lui consacrer une formation à part?

Nicolas Galley On peut lui accorder de répondre à une certaine loi de l'offre et de la demande, mais c'est peut-être ce qu'il partage avec un marché «normal» comme celui des actions par exemple. Il faut tout d'abord reconnaître une certaine opacité au marché de l'art. Cela tient notamment à ce que l'on peut appeler la valeur ajoutée artistique d'une œuvre. Elle est particulièrement difficile à évaluer surtout quand il s'agit d'art contemporain. Ensuite, n'entre pas qui veut sur ce marché. Pour en devenir acteur, il est essentiel de disposer d'un très bon réseau. Quant aux œuvres, elles ne sont pas non plus en vente libre sur les rayonnages des grands magasins.

B Il faut donc montrer patte blanche?

NG On peut le dire comme cela. C'est finalement un assez petit milieu qui fonctionne par cooptation. Un exemple: lors des grandes foires, les plus belles pièces font souvent l'objet de transaction dans les jours précédant l'ouverture officielle. Pour y accéder, il faut donc être invité, être connu, avoir une réputation. Les spéculateurs ne sont guère appréciés des professionnels car ils sont soupçonnés de jeter le discrédit sur le secteur.

B Dans son dernier livre, Michel Houellebecq fait dire à son héros que le marché de l'art n'a aucun sens. Partagez-vous cette opinion?

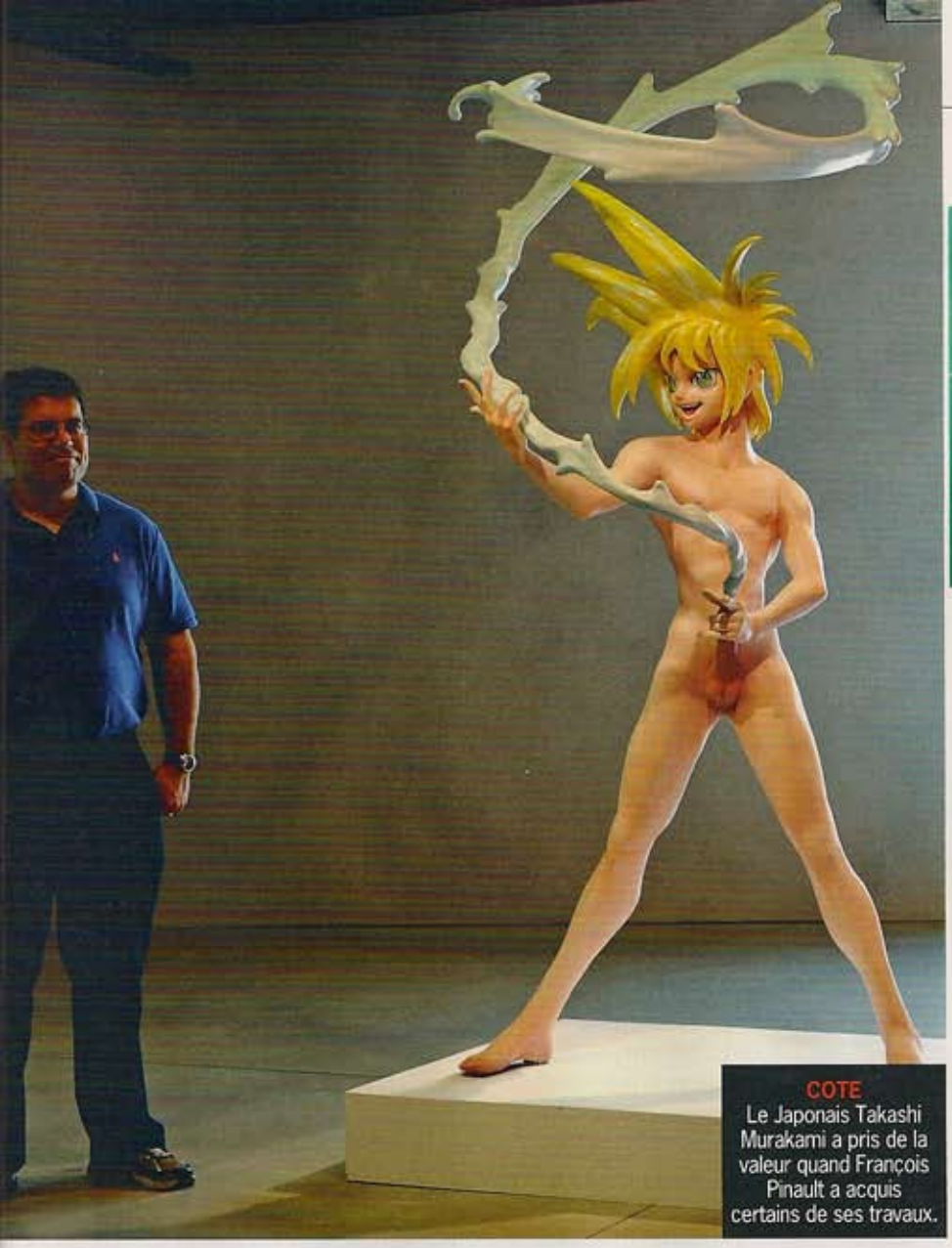
«La Suisse s'impose come une place importante dans le secteur de l'art»

NG Si cette question concerne la logique économique du marché de l'art, alors je ne crois pas être d'accord. La valeur d'une œuvre dépend principalement de deux facteurs. Le premier, intrinsèque, tient à la valeur de l'artiste, à sa démarche, à la cohérence de son œuvre, à son cheminement. Si ce parcours est exemplaire, il finit fatalement par être remarqué par les musées ou les chercheurs académiques, ce qui ne manque pas de donner un grand crédit à cette œuvre. C'est donc une valeur qui s'acquiert généralement sur le long terme. Le second facteur tient à la publicité qui peut être faite autour d'un artiste et qui peut se produire assez tôt dans sa carrière. Si une personne influente comme un François Pinault achète un jeune artiste, cela va certainement avoir une influence sur le prix des œuvres de ce dernier.

B De quoi vient la croissance remarquable du marché de l'art?

NG Une précision tout d'abord: le marché de l'art, considéré comme cyclique, a toujours connu une croissance soutenue sur le long terme. Celle-ci est peut-être simplement plus médiatisée aujourd'hui.

PHOTO ANNE CECILE GUTHMANN/AFP



COTE
Le Japonais Takashi Murakami a pris de la valeur quand François Pinault a acquis certains de ses travaux.

MONDIALISATION
Huang Yong Ping, un artiste chinois exposé en Italie par un collectionneur français.

Cela dit, on note certains phénomènes nouveaux: la constitution de nombreuses nouvelles fortunes dans les économies émergentes a joué un rôle important ces dernières années. Parallèlement, on a aussi assisté au développement de l'art dans ces pays. La Chine est évidemment l'exemple le plus souvent cité.

B Marché mondialisé, volumes de transaction en hausse, ce qui signifie aussi plus d'acteurs dans ce marché?

NG Oui, en effet. Et des acteurs qui ne sont pas toujours en première ligne et qui ne maîtrisent donc pas forcément ce marché de l'art et les connaissances spécifiques qu'il exige. C'est évidemment là que notre master prend tout son sens. Depuis que nous avons commencé avec le professeur Tristan Weddigen à faire un peu de publicité pour ce master postgrade qui sera donné au sein de la formation continue de l'Université de Zurich, nous avons reçu beaucoup de marques d'intérêt de la part d'avocats et de financiers. Ce n'est pas forcément qu'ils ont l'intention d'intervenir directement sur le marché de l'art, mais ils sont souvent en contact avec des clients fortunés qui s'intéressent à l'art et qui aiment en parler. Notre formation leur permettra de mieux connaître les tenants et les aboutissants de ce marché.

B Mais il y a aussi l'idée pour certains d'intervenir sur ce marché, notamment les financiers?

NG En effet, l'art représente un véhicule d'investissement et donc forcément un sujet d'importance en ce qui concerne la gestion de fortune. J'en sais quelque chose, puisque après ma formation en histoire de l'art, j'ai travaillé dans une banque privée durant plusieurs années. Selon mon expérience, ce ne sont pourtant pas des biens que l'on propose comme l'on proposerait

L'executive master sur le marché de l'art en bref

Les concepteurs Tristan Weddigen, professeur à la Faculté des lettres de l'Université de Zurich, et Nicolas Galley, chargé de cours à celle de Fribourg.

Le lieu La Faculté des lettres de Zurich. Les cours, qui débuteront en septembre prochain et qui seront donnés en anglais, seront concentrés sur les vendredis et samedis.

La durée Deux ans.

Le but Spécialiser les futurs étudiants à l'expertise et à la connaissance pratique et matérielle des œuvres d'art, leur apporter des connaissances juridiques, économiques et techniques ainsi qu'une formation au droit, à l'éthique, au marketing et au management en rapport avec l'art.

Pour qui Toute personne déjà active sur le marché de l'art ou qui désire se reconvertir dans ce secteur.

Les conditions Sélectionnés sur dossier et après entretien, les futurs étudiants, une trentaine par volée au maximum, doivent posséder une formation universitaire ou équivalente, ou faire état d'une expérience professionnelle.

Le prix 28 000 francs.

PHOTOS: VINCENZO PINTO/AFP. DR

un fonds en actions ou quoi que ce soit de ce genre. Une fois encore, il s'agit d'un marché particulier et l'on peut difficilement l'aborder à temps partiel. Or, c'est quelque chose que je constate encore en Suisse où les banques restent plutôt frileuses dans ce domaine. Elles ont généralement une personne qui, par goût personnel, s'intéresse à l'art et qui, du coup, s'occupe un peu de cela au sein de la banque. Mais c'est souvent insuffisant à mon avis. Les banques françaises ou anglo-saxonnes sont en avance sur ce point, notamment sur le plan du crédit contre œuvre d'art, lequel reste compliqué dans notre pays.

B Votre executive master sera-t-il une licence en histoire de l'art accélérée?

NG Non. Nous nous situons dans un entre-deux. A ceux qui ont fait des études en histoire de l'art, nous espérons apporter des connaissances juridiques, économiques et techniques et à ceux qui ont une autre formation, du droit, de l'éthique, du marketing, du management en rapport avec l'art, et aussi ce que nous appelons du connoisseurship, autrement dit une approche pratique et matérielle de l'œuvre d'art. Par exemple, comment attribuer une œuvre à un artiste spécifique, comment, dans certains cas, distinguer un faux, etc.

B Pourquoi créer cet executive master aujourd'hui?

NG Parce qu'il n'en existe pas en Suisse et que les seules formations aussi complètes sur le marché de l'art sont directement liées à des institutions commerciales (Sotheby's, Christie's). De plus, nous avons essayé de proposer une taxe d'inscription aussi basse que possible tout en offrant une formation de premier ordre. Notre master coûte 28 000 francs pour deux ans. C'est une somme, mais cela comprend de nombreux cours, séminaires ou rencontres avec des acteurs majeurs du marché de l'art et des visites à des foires d'art réputées comme Art Basel ou le TEFAF de Maastricht. Tous ces aspects sont essentiels si l'on se souvient que de disposer d'un réseau constitue l'une des clés pour ouvrir le marché de l'art. En outre, la Suisse est une place importante de ce secteur. Rappelons que Zurich est souvent présentée comme la troisième ville en importance pour les galeries d'art contemporain après New York et Londres et que Genève ne cesse de prendre de l'importance, notamment depuis la création du Mamco. ■