

Patrick Perrin et Lorenzo Rudolf

Les hommes de l'art

Dans quelques jours s'ouvrira ArtParis + Guests, suivi par le Pavillon des Arts et du Design. À l'origine de ces salons, deux hommes qui, s'ils n'emploient pas les mêmes méthodes, ont le même objectif : dynamiser le marché de l'art.

À la sempiternelle question : « N'y-a-t-il pas trop de salons d'art ? », deux hommes répondent par l'affirmative alors qu'ils ne cessent d'en créer ! Un rien contradictoire, non ? « Il y a salon et salon, nuance Patrick Perrin. Combien ont une identité forte ? Pas même une dizaine. L'avenir est aux salons ciblés. » Il sait de quoi il parle. Le sien n'a cessé d'évoluer depuis sa création en 1997. Il s'appelait au départ le Pavillon des Antiquaires et des Galeries d'art. On y trouvait du mobilier XVIII^e, mais aussi XX^e. Sans doute le mélange était-il trop en avance sur son temps. « Beaucoup de gens ne comprenaient pas qu'une commode des années cinquante est aussi une antiquité. » La presse, à l'inverse, s'intéresse alors de plus en plus aux arts décoratifs du XX^e siècle. Les marchands d'art XVIII^e finissent par quitter la manifestation. Plutôt que de tenter de les récupérer, Patrick Perrin et son partenaire Stéphane Custot décident, en 2007, de rebaptiser leur salon le Pavillon des Arts et du Design et de mettre l'accent sur le seul XX^e siècle. La mode leur donne raison. Très vite, tout le monde ne jure plus que par Prouvé, Perriand, voire Ron Arad et Zaha Hadid... Sûrs de cette nouvelle direction, ils vont même jusqu'à créer, six mois plus tard, un autre salon à Londres, plus petit mais encore plus pointu, puisque uniquement concentré sur le design : le DesignArt London. Las ! Un an plus tard, la crise passant par là, il leur fallut rouvrir un peu les portes : en 2009, les galeries de peintures ont fait leur entrée. Et le salon s'appelle désormais Pavillon of Art & Design London...

Un concept fort pour se démarquer des autres

On l'aura compris, faire vivre un salon d'art aujourd'hui n'est pas de tout repos. Il faut être en phase avec le marché, le client, et ne pas hésiter à relooker si nécessaire. C'est pour cette raison qu'ArtParis a fait appel à Lorenzo Rudolf. Dans le petit milieu de l'art, l'homme est célèbre. Directeur d'Art Basel de 1991 à 2000, il a vécu la montée en puissance de la foire, œuvré à la naissance d'Art Basel Miami Beach, est parti diriger la foire de Francfort-sur-le-Main, avant de s'occuper d'un salon d'antiquaires à Palm Beach, puis d'un autre à Shanghai...

L'homme apparaît donc comme le consultant génial, celui qui va transformer une foire anonyme en événement incontournable.

« Tout le monde veut profiter de la marque Bâle, commente-t-il dans un grand éclat de rire. Plus sérieusement, ArtParis était en perte de vitesse. Il fallait faire des changements, devenir plus international, inventer quelque chose de nouveau. Aujourd'hui, nous ne sommes plus dans une situation où tout se vend. Il faut un concept fort pour se démarquer des autres. »

Lorenzo Rudolf a donc pensé aux guests. « Nous avons proposé aux galeries de s'associer à des collectionneurs, des designers ou des architectes, pour qu'ils soient curators du stand. » Curator ! Le mot est tendance mais n'est-il pas, justement, un peu gadget ? Pas pour le directeur stratégique d'ArtParis. Le curator permet, selon lui, une transversalité qui lui semble fondamentale entre les disciplines. « Il n'y aura bientôt plus de frontière entre peinture, architecture, design. Qu'on le veuille ou non, l'art est devenu un life style », analyse Lorenzo Rudolf.

Pour Patrick Perrin, le curator n'est pas la solution. « Il faut commencer par faire venir les bonnes galeries. » Lorenzo Rudolf est bien conscient de cette priorité absolue : « C'est une question de confiance, mais donnez-moi un peu de temps... » En attendant, il se consacre à son autre grand projet en Asie, celui-là. « Les marchés du futur sont dans les pays émergents. » Il travaille donc à la création d'un salon à Singapour, ouverture prévue en janvier 2011. « C'est une plaque tournante et nous avons comme partenaire l'État, condition sine qua non pour créer un événement international, comme à Bâle. »

N'est-ce pas précisément ce qui manque à Paris ? « Absolument, Paris pourrait avoir la première place s'il y avait plus de soutien et de cohésion entre les salons. » Même constat pour Patrick Perrin : « Nous ne bénéficions d'aucune aide. Les foires de Maastricht et de Bâle doivent leur succès à l'investissement total de la ville derrière elles. Aux Tuileries, on nous traite comme des forains. » Alors il continue, lui aussi, à prospecter à l'étranger : en juin, il lancera un nouveau salon à Londres, celui-ci très classique, et en novembre la déclinaison de son Pavillon of Art & Design à New York. « C'est à présent comme une marque. » Le secret de la réussite d'un salon. ■



LORENZO RUDOLF BÂTIT LE CONCEPT D'ARTPARIS + GUESTS SUR L'ASSOCIATION DE GALERIES AVEC DES DESIGNERS, DES ARCHITECTES, ASHLEY, ŒUVRE DE JOANA VASCONCELOS



AU PAVILLON DES ARTS ET DU DESIGN, PATRICK PERRIN DONNE LA PART BELLE AU XX^e SIÈCLE. BOUGEOIR TRENZA DE JUAN ET PALOMA GARRIDO, XXI^e SIÈCLE.



À VOIR

ArtParis + Guests, Grand Palais, du 18 au 22 mars, www.artparis.fr
Pavillon des Arts et du Design, jardin des Tuileries, du 24 au 28 mars, www.padparis.net