

Article

« Art contemporain et internationalisation : les galeries québécoises et les foires »

Marcel Fournier et Myrtille Roy-Valex

Sociologie et sociétés, vol. 34, n° 2, 2002, p. 41-62.

Pour citer cet article, utiliser l'adresse suivante :

<http://id.erudit.org/iderudit/008130ar>

Note : les règles d'écriture des références bibliographiques peuvent varier selon les différents domaines du savoir.

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter à l'URI <http://www.erudit.org/apropos/utilisation.html>

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche. Érudit offre des services d'édition numérique de documents scientifiques depuis 1998.

Pour communiquer avec les responsables d'Érudit : erudit@umontreal.ca



Art contemporain et internationalisation

Les galeries québécoises et les foires

MARCEL FOURNIER

Département de sociologie
Université de Montréal
C.P. 6128, Succursale Centre-ville
Montréal (Québec), Canada H3C 3J7
Courriel : marcel.fournier@umontreal.ca

MYRTILLE ROY-VALEX

INRS – Urbanisation, culture et société
3465, rue Durocher
Montréal (Québec) Canada H2X 2C6

L'ART CONTEMPORAIN À L'HEURE de la mondialisation ! Plus que jamais, se pose en art contemporain la question de son internationalisation. On ne parle plus seulement d'internationalisation—ce qui n'est pas nouveau—mais de mondialisation ; il s'agit non plus d'une simple juxtaposition de marchés nationaux communiquant plus ou moins bien entre eux, mais d'un marché véritablement mondial (Moulin, 2000, p. 50). Depuis 1970, le magazine allemand *Capital* publie chaque année le Kunst Kompass, un indicateur qui permet d'établir la liste des 100 artistes internationaux contemporains les plus cotés. En 1999, parmi les dix premiers artistes figurant sur cette liste, on retrouvait des Allemands (S. Polke, G. Richter, G. Baselitz, G. Förg, T. Schütte), des Américains (Bruce Nauman, Cindy Sherman, Richard Serra, Louise Bourgeois) et un Français (Christian Boltanski). Le seul artiste canadien qui ait fait l'objet d'une mention est Jeff Wall (classé au 42^e rang, alors que l'année précédente, il était au 24^e rang). Un autre indice de cette mondialisation : chaque année, le magazine *Artnews* publie le « Top 200 » des collectionneurs internationaux. Enfin, depuis les années 1990, on assiste à l'« extension culturelle de l'offre » (Moulin, 2000, p. 73), avec l'organisation de bienales dont la visée internationale est encore plus affirmée et la participation aux foires internationales de galeries d'Europe de l'Est, d'Afrique, d'Amérique du Sud et d'Asie.

Ce sont là évidemment des conclusions qu'il faut relativiser : tout indice est une construction et donne de la réalité une image particulière, pour ne pas dire biaisée (Michaud, 1989). En fait, les marchés de l'art demeurent toujours, pour une large part, nationaux ou multinationaux. Au regard de la provenance des exposants dans les grandes manifestations commerciales d'art contemporain, l'on constate que ce sont toujours les mêmes pays qui dominent. Même chose en ce qui concerne, le marché mondial de l'art qui s'organise, comme le montre l'étude récente d'Alain Quemin, autour de deux pôles : les États-Unis et l'Europe (Allemagne, Grande-Bretagne, France et Italie, Suisse parfois), l'Allemagne constituant clairement le cœur de ce second ensemble (Quemin, 2001). Les grandes capitales artistiques sont New York, Chicago, Berlin, Cologne, Londres, Paris, et le temps d'une foire, Bâle. Alain Quemin conclut que « la France ne se trouve clairement plus au centre de l'art contemporain » et il propose « quelques pistes » pour promouvoir plus efficacement l'art contemporain français. Son étude a été commandée non pas par le ministère de la Culture mais par le ministère des Affaires étrangères : il en va du rayonnement de la France dans le monde.

L'internationalisation est aussi devenue, au Québec, un enjeu de premier plan, voire un enjeu prioritaire. On le sait confusément, et le gouvernement s'en inquiète, la place des galeries et des artistes québécois sur le marché « mondial » de l'art contemporain est faible et inégale. De fait, il ne se trouve aucun artiste québécois dans le *Kunst Kompass* ou dans les grandes ventes aux enchères d'œuvres d'art contemporain. Il faut dire, toutefois, que le rayonnement international ne se mesure pas par ces deux seuls indicateurs ; il s'agit d'une réalité complexe qui comprend des lieux de diffusion et des réseaux fort diversifiés : musées, foires, biennales, échanges entre galeries, ateliers d'artistes à l'étranger, etc.

Toute la question est en fait de savoir comment un marché national ou local s'articule à un marché international. Cette question renvoie aujourd'hui à celle plus générale de la diversité culturelle dans un monde global. Par diversité culturelle, on peut entendre la différenciation ou la fragmentation des marchés culturels (arts visuels, littérature, cinéma, etc.) sur une base ethnique, culturelle ou linguistique. Mais la défense de la diversité culturelle apparaît aussi comme une revendication, voire un combat politique : il s'agit de lutter contre l'hégémonie culturelle (anglo-américaine).

La situation en art contemporain apparaît paradoxale, surtout au plan international, car il y a d'un côté un haut degré de centralisation et, de l'autre, une multitude de milieux artistiques et une grande fragmentation du marché de l'art. L'articulation entre le champ artistique (reconnaissance ou capital symbolique), le marché de l'art (valeur ou capital économique) et les réseaux de communication (capital social) est si complexe que la conversion d'un capital en un autre n'est jamais évidente, et conduit souvent à de nombreux « malentendus ». Une foire internationale en art est, comme toutes les foires, le lieu de tels malentendus, car y convergent des réseaux et des marchés fort diversifiés.

L'on peut penser qu'une condition pour qu'un artiste puisse accéder au marché international est qu'il soit déjà connu et coté au plan national ou que la galerie qui le représente le soit. Le processus de reconnaissance est cumulatif et s'inscrit dans un contexte hautement centralisé et fortement intégré, autour d'un nombre limité de lieux de reconnaissance

(journaux et critiques d'art, musées et conservateurs, biennales, collections privées) et de réseaux qui se recourent les uns les autres (Fuchs, 2001, p. 176). C'est la logique du *Matthew effect* analysé par R.K. Merton (1973) : la reconnaissance va à celui qui en a déjà, ou, pour reprendre une expression de Pierre Bourdieu, le capital va à celui qui a déjà du capital (1975).

L'enjeu « international » est doublement important, à la fois pour chaque champ artistique (national) et pour ses artistes. En art comme en science, le degré d'internationalisation est, comme le note Bourdieu, un des bons indices d'autonomie : « L'international est en effet un recours contre les pouvoirs temporels nationaux, surtout dans des situations de faible autonomie » (Bourdieu, 2001, p. 150). Par ailleurs, pour un artiste, l'accès à un soi-disant marché international est une marque de consécration, mais les retombées d'une telle consécration ne sont souvent que locales, permettant tout au plus à cet artiste de consolider ou d'améliorer sa position au plan national ou local (Fournier, 2000) : il faut passer par l'étranger pour être reconnu comme « héros » ou « gloire nationale ». Cependant, qu'advient-il lorsque le marché devient « global » ? En ne donnant le statut de (grandes) *stars* internationales qu'à un nombre limité d'artistes, l'internationalisation risque de marginaliser un grand nombre d'artistes — les vedettes nationales —, aussi reconnus soient-ils.

Dans le cadre de l'étude que nous avons menée sur le marché international de l'art contemporain (Fournier et Roy-Valex, 2001), nous avons analysé la participation des galeries québécoises (principalement montréalaises) aux foires internationales d'art contemporain, tout en situant cette participation dans le contexte plus large des diverses activités ou « stratégies d'internationalisation » que déploient les directeurs ou directrices de ces galeries. Nous avons pour ce faire réalisé parallèlement les deux enquêtes suivantes : d'abord, l'analyse de la situation des galeries d'art contemporain au Québec, en regard principalement de leurs stratégies d'internationalisation ; ensuite, l'étude des caractéristiques des principales foires internationales d'art contemporain.

Pour réaliser la première enquête, nous avons interrogé les directeurs et directrices de treize galeries d'art contemporain, membres ou non de l'Association des galeries d'art contemporain (AGAC). Ces consultations visaient d'une part à établir le profil d'exportation des galeries d'art contemporain du Québec et, d'autre part, à obtenir le point de vue des intervenants du milieu sur les principaux éléments de la problématique de développement à l'international du marché de l'art contemporain québécois. Aux fins de la seconde enquête, nous avons dressé une liste aussi exhaustive que possible des foires internationales d'art contemporain actuellement existantes. Cela s'est fait en recoupant diverses sources d'information, dont des listes disponibles sur Internet¹.

1. Puis, nous avons dû adopter diverses approches : visites de foires (TIAF à Toronto, Art Berlin, FIAC à Paris, Art Paris, Armory Show, The International 20th Century Art Fair à New York, Art Miami), interviews de responsables de foires (Art Berlin, FIAC, Art Bruxelles, Art Paris, Armory Show, Art Miami, Art London), discussions avec des directeurs et directrices de galeries d'art contemporain à Londres, Berlin, Paris et New York, discussions avec des spécialistes en art contemporain (Alain Quemin, André Michelon et Françoise Benhamou de Paris, Arturo Rodriguez Morato de Barcelone, Chantal Pontbriand, Claude Gosselin et Marcel Brisebois de Montréal), visites des sites webs et dépouillement des catalogues. Enfin, nous avons contacté les organisateurs de chacune des foires répertoriées pour compléter ou vérifier un certain nombre de données factuelles sur les manifestations (date de fondation, mandat, nombre de visiteurs et nombre d'exposants, etc.).

LES GALERIES QUÉBÉCOISES FACE AU MARCHÉ INTERNATIONAL

Dans l'*Étude sur les clientèles actuelle et potentielle des galeries d'art contemporain de Montréal* réalisée en 1989, on fait remarquer que le marché de l'art à Montréal est étroit et fragile, particulièrement en art contemporain². Une fragilité que montre bien la situation du marché de l'art une douzaine d'années plus tard. Les deux grandes galeries alors spécialisées dans la vente d'artistes modernes et contemporains cotés internationalement — la galerie Dominion et la galerie Waddington & Gorce — sont en effet disparues : l'une a été vendue et l'autre, fermée. Il ne reste que Landau Fine Art, qui a racheté l'édifice et non pas le stock de la galerie Dominion. Par ailleurs, plusieurs galeries d'art contemporain, et parmi les plus dynamiques, ont fermé leurs portes : Gherbrandt, France Morin, Jolliet, Treize, Michel Tétreault, Gilles Corbeil, Frédéric Palardy, Aubes 3935.

Selon le marchand d'art Théo Waddington, Montréal ne serait plus la métropole artistique qu'elle a été auparavant : « Il n'y a plus de marché », conclut-il³. Pour sa part, Chantal Pontbriand, directrice de la revue *Parachute*, se montre plus positive — Montréal a, à son avis, un « bon potentiel de marché » — mais elle reconnaît que peu d'artistes québécois trouvent des débouchés en dehors du Canada⁴. « Un marché restreint, mais tout de même bien existant », précise la galeriste Christiane Chassay, qui voit là une bonne raison de multiplier les efforts à l'exportation : on favorise ainsi la croissance de la galerie, tout en haussant la notoriété des artistes représentés.

Si on exclut les magasins d'encadrement et les boutiques d'antiquités, d'artisanat, d'art africain et asiatique, on trouve à Montréal une quarantaine de galeries d'art, dont moins d'une quinzaine se spécialisent dans l'art contemporain⁵. Il est difficile d'évaluer le nombre de galeries à l'extérieur de Montréal : seules deux galeries non montréalaises font partie de l'AGAC. On pourrait, comme l'ont fait Françoise Benhamou, Nathalie Moureau et Dominique Sagot-Duvaurox dans leur étude des galeries d'art en France (Benhamou *et al.*, 2000), dresser une typologie des galeries en retenant comme critères la taille, l'âge et les choix esthétiques. L'analyse factorielle que ces économistes ont effectuée leur a permis de dégager deux axes : l'axe vertical qui oppose les petites aux

2. « Le marché est très sensible aux fluctuations économiques (...) Une crise économique freinerait considérablement la vente d'objets d'art » (BMA marketing-communication, *Étude sur les clientèles actuelle et potentielle des galeries d'art contemporain de Montréal*, Montréal, 2 juillet 1989, p. 17).

3. Marcel Fournier, Entrevue avec Théo Waddington, janvier 2000.

4. Myrtille Roy-Valex, Entrevue avec Chantal Pontbriand, avril 2001.

5. À la rubrique « Art-Galeries, marchands & conseillers » de l'*Annuaire Pages jaunes* de Montréal en 2000-2001, on recense plus de 130 galeries d'art. Il y a des boutiques d'encadrement, quelques boutiques d'antiquités, des galeries commerciales (reproduction, etc.), des boutiques d'art africain ou chinois, des galeries d'art, des centres d'artistes. Pour sa part, le *Art Diary International, 2000-2001* (Flash Art Books, Milan, 2000) recense au Québec 43 galeries, dont une dizaine à l'extérieur de Montréal. Parmi les galeries d'art contemporain, certaines se surspécialisent (la galerie Elca London pour l'art inuit, la galerie Elena Lee pour le verre, Frame-U Art & Nature pour des artistes paysagistes et animalistes ou la Guilde graphique pour la gravure), alors que d'autres, dont Borduas éditeur & marchand d'art, jouent sur plusieurs tableaux : encadrement, décoration, exposition d'œuvres sur papier, etc.

grandes galeries, les plus petites se caractérisant par leur récente existence, par le fait de ne pas employer de salariés, de ne pas être actives sur le second marché et d'exporter peu; l'axe horizontal qui oppose les galeries en fonction de leurs choix esthétiques, les unes étant plus engagées dans l'art d'avant-garde ou l'art contemporain international, les autres soutenant un art qualifié de figuratif. Il est donc possible de distinguer quatre catégories de galeries, chacune occupant, dans une certaine mesure, un segment différent du marché: les grandes galeries d'art contemporain, les galeries d'avant-garde, les galeries défendant l'art figuratif et les galeries marchandes (dont l'activité sur le second marché est importante, voire dominante).

Même si nous ne disposons pas d'informations sur l'ensemble des galeries, nous pouvons dire que Landau Fine Art se positionne, comme Dominion ou Waddington auparavant, pour devenir une grande galerie d'art moderne et contemporain international: c'est une entreprise — et non pas, ou tout au moins pas encore, une galerie avec pignon sur rue — qui œuvre principalement sur le marché secondaire.

Le marché de l'art figuratif demeure important avec des galeries comme Bernard Desroches, Clarence Gagnon, Claude Lafitte, Jean-Pierre Valentin, Walter Klinkhoff, Kassel et de Bellefeuille. Certaines de ces galeries (Bernard Desroches, Claude Lafitte) ont une importante activité sur le marché secondaire, au plan local ou canadien. Une galerie telle la galerie de Bellefeuille va, elle, jouer sur plusieurs tableaux à la fois.

Viennent enfin les galeries d'art contemporain: Graff, Éric Devlin, Christiane Chassay, René Blouin, Elena Lee, Simon Blais, Lilian Rodriguez, Trois Points, galerie Bernard, la Guilde graphique, Sous le Passe-Partout. Plusieurs de ces galeries, ainsi que deux galeries de Québec (Lacerte et Estampe plus) font partie de l'Association des galeries d'art contemporain. Malgré la faiblesse et l'étroitesse du marché en art contemporain, les galeries québécoises n'ont jamais eu une longévité aussi grande. Ainsi, les galeries Elena Lee, Graff, Guilde graphique et Madeleine Lacerte ont plus de vingt ans d'existence, alors que les galeries René Blouin, Christiane Chassay, Estampe Plus, Simon Blais, Lilian Rodriguez, Trois Points et Éric Devlin ont toutes dépassé le cap des dix ans.

Dans le domaine de l'art contemporain œuvrent aussi, mais sous un mode non commercial et grâce à des subventions gouvernementales, plus d'une cinquantaine de galeries dites parallèles ou centres d'artistes: Dare-Dare, Skol, Clark, Circa, Optica, La Centrale, Oboro, Dazibao, Artexte, etc. Afin de se poser en partenaires des galeries commerciales pour la diffusion de l'art contemporain et non en concurrents, ces centres se sont fixé un code de déontologie ne leur permettant pas de développer des stratégies de mise en marché des œuvres. Les uns et les autres se sont largement spécialisés: Skol pour l'installation, Oboro pour les arts médiatiques, Espace vidéographe pour la pratique vidéo, Dazibao en photographie, Artexte en centre de documentation, etc.

La localisation géographique demeure un bon indice de la position que les galeries occupent dans le champ artistique. Il y a d'une part les galeries plus « commerciales », qui présentent des artistes étrangers ou québécois, elles sont situées dans la rue Sherbrooke, près du Musée des Beaux-Arts de Montréal et à l'ouest de Montréal, rue Green. Avoir pignon sur la rue Sherbrooke, comme d'ailleurs dans le Vieux-Montréal

(Guilde graphique), permet entre autres de rejoindre la clientèle touristique. Il y a d'autre part les galeries d'art contemporain, pour la plupart situées plus à l'est, dans la rue Sherbrooke (Christiane Chassay), dans la rue Sainte-Catherine (au 372 et 460), à proximité du Musée d'art contemporain, ou plus au nord-est, dans les rues Rachel (Graff) et Clark (Simon Blais).

Les activités d'« internationalisation » qu'adoptent les galeries sont étroitement liées à la taille ainsi qu'à la position qu'elles occupent sur le marché de l'art : les galeries qui soutiennent l'art figuratif d'artistes québécois ou canadiens (de Marc-Aurèle Fortin à Tex Lecor en passant par Albert Rousseau et Claude le Sauteur) ne participent habituellement pas aux foires internationales. En fait, seules les grandes galeries d'art moderne et d'art contemporain, et les galeries d'art contemporain ou d'avant-garde cherchent à participer aux foires étrangères ou, par l'intermédiaire de leurs artistes, aux grandes biennales.

La capacité d'exportation de ces galeries dépend dans une large mesure de leur chiffre d'affaires. Les premières, souvent plus riches, participent fréquemment aux foires internationales ; elles s'en font en quelque sorte une spécialité, tirant une grande partie de leur chiffre d'affaires des ventes réalisées dans ces foires. « En 24 heures de Bâle, j'ai fait, raconte Theo Waddington, quatre fois le chiffre d'affaires de Chicago en 5 jours, soit quelque 5 millions de dollars. » Longtemps associé à Georges Gorce, Theo Waddington est maintenant installé à Londres et il demeure un galeriste très actif sur la scène internationale, participant aux différentes foires (Bâle, Chicago, Cologne, Palm Beach et Miami). Pour sa part, Landau Fine Art était à Chicago, l'année d'après à Toronto, et peut-être à nouveau à Chicago. Ces galeries, qu'on retrouve dans les foires les plus prestigieuses, n'ont pas besoin d'appui des gouvernements ou, tout au moins, ne demandent pas de subventions. Il en est de même de la galerie de Bellefeuille qui a participé à la première édition de la foire internationale de Toronto : il n'est pas question de demander de l'argent au gouvernement. C'est là une attitude ou un point de vue que partagent beaucoup de directeurs de galeries aux États-Unis et en Europe. D'ailleurs, certains responsables de foires, par exemple à Bâle, se sont élevés contre le fait que des galeries puissent être subventionnées par les gouvernements pour participer à des foires internationales. Ce qui n'empêche pas des galeries françaises ou autrichiennes d'obtenir des subventions, et dans plusieurs pays européens, certaines autres galeries de bénéficier d'achats discrétionnaires importants de leur gouvernement.

C'est en fait aux galeries d'art contemporain, surtout si elles sont jeunes et peu riches, que la participation aux foires internationales pose un problème financier. Ainsi, la galerie Lilian Rodriguez (fondée en 1985) ne favorise pas cette stratégie parce qu'elle est trop coûteuse : « Une participation ? Entre 40 et 50 000 \$. Le même argent peut servir à réaliser 4 ou 5 projets à l'extérieur et sert mieux la visibilité de la galerie et de ses artistes. » Le coût est donc un facteur important, surtout si le chiffre d'affaires de la galerie est faible ; par exemple, la galerie Sous Le Passe-Partout (fondée en 1994) n'a pas encore participé à une foire internationale, même si sa directrice envisage avec enthousiasme d'aller à la foire de Toronto ou de participer à des foires spécialisées en estampe à Boston (The Print Fair) et à Paris (Estampage).

D'autres raisons peuvent amener certaines galeries, et aussi des artistes, surtout lorsque ceux-ci se situent du côté de l'avant-garde et sont, pour reprendre l'expression de Raymonde Moulin, « orientés vers le musée » plutôt que vers le marché, à s'exclure du marché des foires. « Je n'aime pas les foires. Je préfère les musées... », affirme l'artiste français Christian Boltanski⁶. Telle est aussi l'attitude de la galerie René Blouin qui privilégie les biennales aux foires. Il faut dire que la position de cette galerie sur le marché de l'art contemporain est particulière, car son directeur peut compter, en raison de son expérience professionnelle, sur de solides réseaux institutionnels. René Blouin n'en visite pas moins régulièrement les foires internationales, par exemple l'Armory Show en 2001, et projette même de faire participer sa galerie à la foire internationale de Toronto. D'autres galeries québécoises refusent de participer aux foires. C'est entre autres le cas de la Guilde graphique qui, fondée en 1963 par Richard Lacroix, se spécialise dans la gravure : « Small is beautiful », déclare le directeur, en ne cachant pas sa fierté de faire fonctionner depuis près de 40 ans la Guilde graphique sans l'aide des gouvernements. En fait, le marché international ne représente pas un enjeu important pour cette galerie dont la clientèle est locale et, qui, pour 30-40 %, vend à des touristes de passage à Montréal. « L'art ne se vend pas mais s'achète », insiste de toute façon Richard Lacroix. Quant à la galerie Bernard, relativement jeune, elle a quelques contacts avec des galeries étrangères, mais elle ne s'est pas encore aventurée dans les foires internationales. C'est maintenant, selon son directeur M. Fucito, à l'ordre du jour.

L'analyse de la participation des galeries d'art contemporain aux foires internationales⁷ permet de dégager des évidences : 1) certaines sont plus actives que d'autres sur la scène internationale ; 2) quelques-unes ont participé pendant plusieurs années à une même foire (Graff à Bâle, Lacerte à ARCO et au SAGA, Devlin à Pages) ; 3) certaines

6. Marcel Fournier, Entrevue avec Christian Boltanski, 28 mars 2001.

7. Les galeries d'art contemporain, au nombre de huit, qui, au cours des dernières années, ont participé activement à des foires internationales sont les suivantes :

- Galerie Christiane Chassay (fondée en 1986) : Expo Arte, Guadalajara, Mexique (s.d.), Vancouver International Art Fair (1999), FIAC, Paris (1998-1999), New Art Barcelona (1999), Art Miami (2001).
- Galerie Elena Lee (fondée en 1976) : CINAPE (1986, 1987, 1988), SOFA Chicago (de 1995 à 2000), SOFA Miami (1997), SOFA New York (1998-2000).
- Galerie Éric Devlin (fondée en 1994) : St'Art, Strasbourg (1995), Foire de Vienne (1997, 1998), Page(s), Paris (1998, 1999, 2000), New Art Barcelona (1999), Estampage(s), Paris (2000), CH-Édition, Soleure, Suisse...
- Galerie Estampe Plus (fondée en 1984) : New Art Barcelona (1999).
- Galerie Graff (fondée en 1980) : Art Bâle (de 1983 à 1992), Art Chicago (1993), Estampa, Madrid (1996), ARCO, Madrid (1998), FIAC, Paris (1999), New Art Barcelona (1999), Art Paris (2000).
- Galerie Madeleine Lacerte (fondée en 1981) : SAGA, Paris (1997, 1998, 1999), ARCO, Madrid (1997, 1998, 1999), New Art Barcelona (1999), St'art, Strasbourg (1999), Art Innsbruck (1999), Art Jonction, Nice (2000), Art Paris (2000).
- Galerie Simon Blais (fondée en 1989) : Expo Arte, Guadalajara, Mexique (1994 et 1995), New Art Barcelona (1999 et 2000), Works on Paper, New York (2001).
- Galerie Trois Points (fondée en 1988) : Foire d'art international, New York (1998), Foire d'art international, Vancouver (1998), New Art Barcelona (1999), TIAF (2000).

préfèrent les grandes foires internationales (Bâle, ARCO, FIAC, Art Chicago), d'autres, les foires régionales (Art Jonction), d'autres enfin, les foires spécialisées (Estampage(s) en estampe, SOFA en design et arts décoratifs); 4) la plupart des galeries participent plus aux foires européennes qu'aux foires américaines.

Il faut noter, par ailleurs, que si New Art Barcelona a eu une telle popularité en 1999, c'est que la participation des galeries québécoises à cette foire était collective et s'inscrivait dans une activité de rayonnement international financée par le gouvernement du Québec. Ce fut, de l'avis de plusieurs galeristes, un échec: « Une foire secondaire », dit l'un d'entre eux. « Non concluant. Pas de marché de collectionneurs à Barcelone, mauvaise organisation au plan local », renchérit un autre. Bref, un coup d'épée dans l'eau.

Depuis quelques années, les stratégies tendent à changer. Par exemple, on s'intéresse un peu plus ces deux dernières années aux foires américaines. Ainsi, la galerie Christiane Chassay a tenté une expérience américaine (Art Miami), mais il est fort probable qu'elle revienne les années prochaines en France. Par ailleurs, il y a des évolutions: par exemple, la galerie Graff a débuté à Bâle, puis elle est allée à ARCO (Madrid) et à la FIAC (Paris) et elle se trouve maintenant à Art Paris. On pourrait en ce sens parler d'une revue, car pour ARCO et la FIAC, il s'agit de non-renouvellement, bref d'exclusion. D'autres galeries ont subi le même sort: la galerie Christiane Chassay avec la FIAC et la galerie Madeleine Lacerte avec ARCO. « Trois ans de participation n'ont pas suffi à bâtir un réseau satisfaisant de contacts », conclut Louis Lacerte, non sans déception. L'exclusion d'une galerie d'une foire internationale n'est pas, faut-il remarquer, quelque chose d'exceptionnel et ne s'explique pas seulement par la plus ou moins grande qualité des œuvres présentées. Divers facteurs jouent, allant du simple « roulement » entre les galeries que les responsables des foires entendent favoriser, jusqu'à l'orientation politique ou esthétique que peut prendre une foire, en passant par les nécessaires complicités qui règnent dans ces grandes entreprises (Art Forum à Berlin, par exemple, était à l'origine une initiative de quatorze galeries qui, aujourd'hui encore, demeurent très actives dans l'organisation de la foire).

La participation aux foires internationales n'est ni la seule ni la plus importante activité internationale des galeries d'art contemporain. Pour les galeristes une chose est certaine: la participation à une foire doit s'intégrer à un plan ou une stratégie plus large de mise en marché internationale, impliquant notamment une participation à la foire renouvelée sur plusieurs années, des collaborations et des échanges avec des galeries étrangères, l'établissement et le maintien de contacts avec des directeurs de foire, des conservateurs, des collectionneurs, etc. Les activités que mènent à l'étranger les galeries sont en fait nombreuses et diversifiées. Parmi celles-ci, on trouve: la visite de foires internationales à l'occasion de « voyages d'exploration », la collaboration ou l'établissement d'« alliances » sous diverses formes de partenariat avec des galeries étrangères et les « échanges » d'artistes (organisation d'expositions d'artistes étrangers dans des galeries), l'organisation d'expositions dans des musées ou des institutions étrangères, la participation à des symposiums et à des biennales internationales, l'organisation de

« voyages culturels » à Montréal pour des collectionneurs étrangers, le commerce électronique et la présentation en ligne d'œuvres d'artistes de la galerie, l'envoi de cartons et la publication de catalogues pour les expositions ou les foires, l'achat d'espace publicitaire dans des périodiques étrangers. Ces diverses stratégies de pénétration de marchés étrangers se résument en deux mots : visibilité et réseautage. Les galeristes cherchent à présenter les œuvres des artistes dans le cadre de manifestations tantôt commerciales tantôt non commerciales et à établir des contacts, que ce soit avec d'autres galeristes, des conservateurs, des critiques ou des responsables des activités culturelles dans les ambassades canadiennes et les délégations québécoises.

La participation à une foire n'est donc pas, comme constate Christiane Chassay, en soi une stratégie de développement à l'international, mais une activité parmi d'autres : « Ce n'est pas une panacée mais un outil complémentaire. » En fait, ces grandes manifestations jouent avant tout, comme le note Alain Quemain, « un rôle de qualification des artistes. Elles font le point et donnent le ton, contribuant ainsi à la standardisation des choix, tant des professionnels de l'art que des collectionneurs » (Quemain, 2001, p. 93).

L'Armory Show 2002. Où est le Québec ?

L'Armory Show suscite d'autant plus d'attentes qu'il se présente comme *the International Fair of New Art* et qu'il réunit *the world hippest galleries*. Créée en 1994, la foire new-yorkaise est apparue comme *a funky 30-gallery affair in Gramercy Park*, et en quelques années, elle a connu un rapide développement, le nombre d'exposants passant de 90 en 2000 à plus de 170 en 2001 et en 2002. L'enthousiasme des visiteurs à l'édition de 2001 était très grand : « C'était de la folie », selon René Blouin. « The show is the festival of mischievous invention, innocuous rebellion and unrestrained permissiveness », écrivait Ken Johnson du *New York Times*. Le lieu d'exposition, embarcadères 88 et 90 sur la Hudson River, est en lui-même un événement, même s'il oblige les visiteurs à se déplacer d'un endroit à l'autre. La foire s'est tenue du 22 au 25 février 2002.

Un choc de couleurs et d'images

Il en va d'une foire internationale en art contemporain comme de toute autre foire : il y a de tout. Le *new art* ne doit, selon les responsables, réunir que des artistes vivants. Ce qui n'est pas tout à fait le cas : il y a un Picasso, un Sam Francis, quelques Wahrol, des Robert Mapplethorpe. On trouve aussi les œuvres d'artistes contemporains déjà connus et bien cotés : Julian Schnabel, Wahrol, Bazelitz, Rebecca Horn, Louise Bourgeois, Christian Boltanski, Sol LeWitt, Clemente, Polke, Frank Stella, Gilbert & George, Gerhard Richter (à 600 000 \$ US). Trouver en un seul lieu les œuvres de plus de 1500 artistes contemporains est une expérience rare. Une performance à l'entrée, une exposition solo de Paul McCarthy avec une installation, une photographie panoramique « Hollywood » de Maurizio Catalan, une *silent auction* d'une toile de l'artiste anglais Chris Ofili qui peint des éléphants. Le montant de la vente — plus de 75 000 \$ US — sera

versé à la Zoological Society of London. Un bon coup publicitaire! Une telle expérience crée chez le visiteur à la fois fébrilité et désarroi, surtout qu'il s'agit d'artistes provenant de plus d'une vingtaine de pays différents; elle permet de découvrir de nouveaux artistes, mais il est impossible d'emmagasiner l'ensemble des informations qu'on reçoit. On ne peut être qu'éberlué, sous le choc des couleurs et des images. Les vidéos sont nombreuses, et les photographies, souvent immenses, encore plus nombreuses. La photographie apparaît ainsi comme le « nouvel art » du monde de la nouvelle économie et du multimédia des années 2000. Le figuratif réalise ainsi un nouveau retour en force.

Une grande surface de l'art contemporain

Une foire, c'est aussi la faune qui s'y rassemble. Plusieurs dizaines de milliers de visiteurs en quatre jours. Il y a les heures de pointe, en début d'après-midi, les samedis et les dimanches. C'est comme la foule dans une grande surface au moment des soldes. Des artistes, des connaisseurs, des conservateurs, des collectionneurs, des curieux, des touristes, quelques enfants avec leurs jeunes parents. Chaque année, une délégation composée de galeristes, de fonctionnaires et de responsables de musées, en particulier du Musée d'art contemporain de Montréal, et de collectionneurs, vient de Montréal. Tout ce monde déambule, se déplaçant d'un stand à un autre. La plupart ne font que regarder. Certains s'arrêtent pour poser quelques questions aux galeristes ou à leurs assistants. Quelques-uns, plus sérieux, feuilletent les publications sur les artistes, entreprennent des négociations et parfois achètent. Il est difficile d'évaluer le volume des transactions réalisées sur place. Pour la plupart, les galeristes se montrent satisfaits ou demeurent optimistes. Souvent la vente se finalise dans les jours suivants, par téléphone ou à la galerie.

L'absence de galeries québécoises

Plus d'une vingtaine de pays sont représentés. Les galeries américaines et en particulier new-yorkaises sont les plus nombreuses: plus de 170, c'est-à-dire près de 50 % des galeries. Parmi les galeries new-yorkaises, on trouve: Alexander and Bonin, Peter Blum, Ronald Feldman Fine Arts Inc., Barbara Gladstone Gallery, Marian Goodman Gallery, galerie Lelong, etc. Par ordre d'importance décroissant, les autres pays les plus représentés sont des pays européens: la Grande-Bretagne (21), la France (15), l'Allemagne (14), l'Autriche (9), l'Italie (8), la Suisse (6). D'autres pays comme l'Espagne (3), le Danemark (3), le Japon (3) et l'Australie (2) sont aussi représentés. Mais il est clair que les deux pôles du marché international de l'art contemporain sont New York et l'Europe autour des capitales Paris, Londres et Berlin. Comparativement à l'année 2001, Paris semble beaucoup plus dynamique, plus agressive: parmi les galeries parisiennes, il y a Yvon Lambert, la galerie Nelson, la galerie Nathalie Obadia, la galerie Emmanuel Perrotin, Art: Concept, la Daniel Tempion, etc.

En 2001, il y avait deux galeries canadiennes, l'une de Toronto et l'autre de Vancouver. Cette année, il n'y a qu'une galerie canadienne, la Susan Hobbs Gallery de

Toronto, qui présente une dizaine d'artistes, dont une francophone : Lyne Lapointe. Le Canada se trouve ainsi au même rang que la Belgique, la Hollande, le Brésil, le Mexique, Israël, la Bulgarie ou la Grèce. Les artistes canadiens et québécois qui sont cotés sur la scène internationale sont en fait présentés par des galeries étrangères : Geneviève Cadieux (galerie Obadia), Janet Cardiff (Luhring Augustine et Trans-Editions), Marcel Dzama (David Zwirmer Inc.), Betty Goodwin (Jack Shainman Gallery), Rodney Graham (galerie Nelson), Tania Kitchell (galerie Grita Insam), Mica Lexier (Jack Shainman Gallery), Ken Lu (galerie Nelson, Trans-Editions), Jane Sterbak (Liebman Magnan), Jeff Wall (galerie Pailhas, et Mariam Goodman) et Ian Wallace (American Fine Arts Co.). Une grande œuvre de Ian Wallace, « Jazz Street 11 » (photolaminate and acrylic on canvas) est mise à l'honneur dans le stand de la galerie new-yorkaise, et reproduite dans le catalogue.

Enfin on trouve, heureusement pourrait-on ajouter, une page de publicité en français et en anglais de la revue *Parachute* dans le catalogue de la foire.

Comment expliquer l'absence de galeries québécoises ? Pourtant New York est à proximité de Montréal et le marché américain devrait être facilement accessible aux artistes québécois ou canadiens. Tout n'est pas simple. Cette situation traduit la faiblesse actuelle du marché de l'art contemporain au Québec et au Canada. « On manque de confiance », remarque à regret Susan Hobbs.

Du Québec, une image forte reste : une grande photographie couleur (122 x 155 cm) d'une jeune femme tatouée, à l'allure sauvage, en tenue de plongée O'Neill, assise sur une motomarine orangée et blanc. Cette œuvre de l'artiste suisse Olaf Breunig est intitulée tout simplement « Bombardier ». Comme quoi, l'art et le marché sont de moins en moins dissociés.

LES FOIRES INTERNATIONALES D'ART CONTEMPORAIN : UN MARCHÉ

L'internationalisation de l'art repose, comme le note la sociologue française Raymonde Moulin, sur l'articulation entre le réseau international des institutions culturelles et le réseau international des galeries. Du côté des institutions culturelles, il y a évidemment les nombreux musées et centres d'art (qui présentent de plus en plus de grandes expositions itinérantes) et les grandes manifestations internationales, telles la Biennale de Venise, la Documenta de Kassel ou, plus près de nous, la Biennale de Montréal⁸. Du côté du marché de l'art, se trouvent les maisons de ventes aux enchères (les plus importantes sont Christie's et Sotheby's), les galeries leaders et les foires internationales, dont l'action conjuguée contribue à établir la valeur des artistes et des œuvres. Les foires internationales ne sont qu'un maillon du marché mondial de l'art, mais un maillon important puisque s'y retrouvent artistes, galeristes, spécialistes de l'art (conservateurs, critiques, etc.), collectionneurs et amateurs d'art.

8. Les biennales les plus anciennes sont la Biennale de Venise (créée en 1895), celle de Sao Paolo (25^e édition en 1999) et La Havane (depuis 15 ans). Depuis les années 1990, se sont ajoutées celles de Johannesburg, (1995), Lyon (1991), Montréal, Kwangju, Istanbul, Berlin, Taïpen, Dakar, etc. La Documenta de Kassel, qui a lieu tous les cinq ans, a été créée en 1955.

Les raisons qui motivent la participation à des foires sont multiples : établir des contacts avec d'autres galeristes et prendre le « pouls » de l'art contemporain sur la scène internationale ; faire connaître les artistes et la galerie à l'étranger ; vendre les œuvres à des collectionneurs, etc. Information, vente, publicité et activités de réseautage (*networking*) : tels sont en fait les grands objectifs que vise une galerie lorsqu'elle présente ses artistes à l'étranger. Dans l'étude précitée, Alain Quemin met clairement en évidence que, pour un galeriste qui veut jouer un rôle sur la scène internationale, « il faut être parfaitement intégré au monde de l'art contemporain international, ce qui implique notamment de se déplacer beaucoup pour rencontrer ses pairs à l'occasion de grands rassemblements que constituent, en particulier, foires et biennales, ainsi que les inaugurations des nouveaux lieux d'exposition » (Quemin, 2001, p. 93). Et c'est aussi une question d'image : toute « bonne » galerie, toute galerie qui se respecte, ne peut pas ne pas chercher à faire connaître ses artistes à l'étranger, même si les retombées internationales sont souvent moins importantes que les retombées nationales ou locales. Cette question d'image est, faut-il ajouter, politique car il en va de l'image nationale : chaque communauté ou milieu artistique national veut en effet être visible sur la scène internationale. Toute politique culturelle exige donc qu'on prenne, selon l'expression de Quemin, « la défense des artistes de son pays » (Quemin, 2001, p. 120).

Des foires internationales d'art, il y en a pour tous les goûts et pour toutes les bourses. Il existe de nombreuses foires d'antiquités ou de *Fine Art*⁹. Dans certaines de ces foires, par exemple à l'European Fine Art Fair qui se tient à chaque année à Maastricht et qui reçoit plus de 60 000 « nomades de luxe », on trouve de l'art « sage-ment contemporain »¹⁰. Dans le domaine de l'art contemporain (qu'il n'est pas facile de délimiter)¹¹, l'organisation de foires internationales est un phénomène assez récent : la plus ancienne foire, Art Cologne, a été créée en 1966. Dans les années 1970, deux autres grandes foires voient le jour : le Salon international d'art, dit foire de Bâle en 1970, et la Foire internationale d'art contemporain (FIAC) de Paris en 1974. Au cours de la décennie qui suit, la formule connaît un grand succès : la Stockholm Art Fair et la Chicago International Art Exposition en 1980, l'Arte Contemporary FERIA International (ARCO) de Madrid en 1982 et l'International Contemporary Art Fair (I.C.A.F.) de Londres en 1984 sont ainsi créées¹². Puis, au cours des années 1990, sont apparues de nombreuses foires en Amérique du Nord et en Europe : parmi les plus récentes, figurent Art Berlin, Art Paris, Art Miami, l'Armory Show et, au Canada, la Toronto International Art Fair

9. L'organisation de plusieurs de ces foires aux États-Unis est la spécialité de Houghton Fairs : The International Asian Art Fair, The International Fine Art Fair, The International Fine Art and Antique Dealers Show, The International 20th Century Arts Fair, etc. Plusieurs de ces foires se tiennent à The Seventh Regiment Armory, sur Park Avenue à New York.

10. Harry Bellet, « Antiquaires, curieux et riches clients prennent d'assaut la Foire de Maastricht », *Le Monde*, dimanche 18 et lundi 19 mars 2001, p. 25.

11. Le label art contemporain est un enjeu majeur et en permanente réévaluation : on s'entend cependant pour situer la naissance de l'art contemporain durant la décennie 1960-1969 (Raymonde Moulin, *Le marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies*, op. cit.).

12. « Foires, art contemporain », *Encyclopedia Universalis*, 1995.

(TIAF), succédant à une manifestation du même type à Vancouver. La tenue de ces foires s'échelonne sur toute l'année: en janvier, Miami; en février, Madrid; en mars, New York; en mai, Chicago; en juin, Bâle; en octobre, Cologne et Paris; en novembre, Berlin, etc. Les foires constituent aujourd'hui un véritable marché: il y a des foires dont la cote monte et d'autres dont la cote baisse. Il suffit de quelques années pour qu'une nouvelle foire dite en émergence puisse attirer des galeries importantes d'Europe et des États-Unis. Par exemple, l'arrivée prochaine de Art Basel Miami Beach en Floride risque de mettre en péril l'existence de foires voisines (Art Miami, Art Palm Beach) et de concurrencer dans quelques années la plus grande foire américaine, Art Chicago, dont la supériorité nord-américaine est ébranlée par le plus récent Armory Show de New York.

Tout comme pour les galeries d'art, on peut situer les différentes foires internationales sur un axe dont l'un des pôles est plus « commercial » et l'autre, plus « artistique »¹³. Mais dans chaque foire, on trouve habituellement un peu de tout. C'est d'ailleurs l'un des paradoxes et, probablement, l'une des forces des foires: on réussit à mettre dans un même lieu des choses fort différentes, qui, dans une ville, n'ont habituellement aucune chance de se retrouver ensemble, par exemple dans un même édifice, voire dans une même rue: de grandes galeries internationales et de petites galeries (souvent régionales), de l'art « classé » et de l'art d'avant-garde, des artistes connus ou cotés et des artistes inconnus. Tout se passe comme si deux grands pôles de l'art — artistique ou culturel et commercial — réussissaient à faire bon ménage. Ce qui n'est pas toujours évident¹⁴.

Ce sont des foires et non pas des biennales. Une foire telle celle de Bâle contribue à la mise en valeur commerciale de mouvements ou d'artistes présentés à la Biennale de Venise ou à la Documenta de Kassel (Moulin, 2001, p. 72). Si la participation à une foire permet d'atteindre des objectifs multiples liés à une stratégie de développement à l'international¹⁵, l'aspect commercial demeure toujours central: ce sont des lieux de vente ou d'échange pour les galeristes et les collectionneurs, et aussi des outils de promotion, une « vitrine internationale ». Les foires jouent un rôle important pour le marché secondaire, permettant aux marchands de contrer la concurrence qu'exercent les firmes multinationales de ventes aux enchères telles Christie's et Sotheby's. Il est rare que les foires soient contemporaines au sens strict du mot: il y a habituellement de l'art moderne et contemporain et on trouve souvent les œuvres des grands artistes du xx^e siècle (Picasso, Braque, Léger, Miró, Man Ray, Sam Francis, etc.). Véritables vendeurs itinérants, certains marchands, qui œuvrent sur le marché secondaire, se font comme spécialité de circuler d'une foire internationale à l'autre.

13. Au sujet de l'opposition entre ces deux pôles, voir Pierre Bourdieu (1977).

14. Il est d'ailleurs significatif à cet effet que le premier reproche qu'adressent les directeurs de galeries d'art contemporain aux foires qu'ils mettent de côté est que ces dernières sont trop commerciales et pas assez orientées vers la promotion des tendances les plus actuelles en art.

15. Outre des objectifs de ventes, des objectifs promotionnels (visibilité, notoriété, image de marque), la réalisation d'activités de réseautage (« networking ») et la cueillette d'information sur le marché à conquérir (intelligence commerciale) peuvent être servis par la participation à une foire.

Les foires internationales sont donc d'abord des événements commerciaux : les galeristes sont là pour faire des affaires, c'est-à-dire vendre des œuvres, parfois en acheter ou en échanger. Il est cependant difficile d'obtenir les chiffres d'affaires pour chacune des foires. Les galeries font-elles leurs frais ? Même à Bâle, le « seul salon réellement professionnel », il semble que près de 60 % des galeries présentes couvrent à peine leurs dépenses (Benhamou *et al.*, 2000). La rentabilité exige souvent la persévérance : il faut participer pendant plusieurs années à une ou des foires et fidéliser les collectionneurs. « Il faut être patient » confie une galeriste française. La participation aux foires est une façon pour une galerie d'art de demeurer présente, comme l'affirme le galeriste parisien Michel Durand-Dessert, de ne pas être coupée du marché international ; c'est aussi une façon de faire de la publicité.

Les foires deviennent enfin des temples de l'art contemporain et jouent le rôle de musée (temporaire), attirant à la fois les collectionneurs, le public des amateurs d'art et aussi des curieux. Ce sont des événements culturels de premier plan, très médiatisés, et dont l'impact économique et touristique n'est pas négligeable. Chaque capitale ou métropole aimerait bien avoir sa foire internationale, à l'exception peut-être de Londres et jusqu'à récemment de New York qui, en raison de leur grand nombre de galeries, n'en ont pas besoin : ce sont des foires internationales permanentes. Néanmoins, il n'est pas exclu que, entre autres, la foire Art London, qui jusqu'à présent est une foire nationale, ouvre ses portes à des galeries étrangères et cherche à jouer un rôle sur le marché international.

Commissaire de la FIAC, Véronique Jaeger reconnaît que, depuis quelques années, les spécialistes ou les professionnels de l'art ont le sentiment que les foires se ressemblent toutes un peu : « On y voit souvent les mêmes artistes, on ne sent pas vraiment de spécificité et leur fréquence fait que les galeries n'ont pas toujours la possibilité de renouveler les œuvres des artistes qu'elles exposent » (Jaeger, 2000, p. 8). Il y a par ailleurs beaucoup d'essais et d'erreurs, comme en témoigne le roulement élevé — de l'ordre de 30 à 40 % — des galeries dans la plupart des foires. Bref, les malentendus sont, comme le remarque Françoise Benhamou, nombreux :

Devant la multiplication des foires, la galerie est tenue de faire des choix. Au risque conjoncturel de ne pas rencontrer de clients pour les œuvres, s'ajoute celui de ne pas choisir la foire la plus porteuse. Désireuses de minimiser la prise de risque, les galeries vont porter leur candidature vers les foires les plus reconnues, renforçant leur pouvoir de domination sur le marché et nuisant ainsi à l'émergence de nouvelles organisations, moins coûteuses, qui pourraient à terme affirmer leur spécificité et concurrencer leurs consœurs (Benhamou, 2000).

Il est possible d'établir, sur la base de critères objectifs, la hiérarchie des diverses foires : le nombre de galeries (avec le pourcentage de galeries étrangères), le nombre de visiteurs, le prix de location des stands, le prix des œuvres et la cote des artistes participants, le chiffre des ventes (ce qui est plus difficile à déterminer puisque les galeries ne déclarent pas leurs ventes si ce n'est de manière générale en disant qu'elles ont « fait leurs frais »). Les prix des stands sont pour quelques grandes foires les suivants : Chicago,

TABLEAU 1

Tableaux comparatifs des foires internationales en art contemporain*

1- GRANDES FOIRES INTERNATIONALES

	ARCO (Madrid)	Art Basel (Bâle)	Art Chicago (Chicago-01)	Art Cologne (Cologne)	Art Forum (Berlin)	FIAC (Paris)
Nbr. de visiteurs	178 000	52 000	–	52 914	20 190	80 000 (en 1999)
Nbr. d'exposants	258	274	234	270	159	196
Nbr. de pays représentés	24	20	25	21	23	23
% d'exposants étrangers	62 %	83 %	41,8 %	23 %	59 %	53,1 %
% d'exposants des États-Unis	8,5 %	19,3 %	(32,4 % Eur.) 58,2 %	4 %	15 %	9,2 %
% d'exposants du Canada	0,8 %	1,1 %	1,3 %	0,4 %	1,3 %	0 %
Participation canadienne	Art Beatus (Vancouver); C Magazine (Toronto)	Art Beatus (Vancouver); Jane Corkin (Toronto); Landau Fine Art (Montréal)	Art Beatus (Vancouver); Jane Corkin (Toronto); Landau Fine Art (Montréal)	Artcore (Toronto)	Christopher Cutts (Toronto); Susan Hobbs (Toronto)	<i>Nil</i>

2- FOIRES SECONDAIRES OU EN ÉMERGENCE

	Armory Show (New York)	Art Brussels (Bruxelles)	Art Innsbruck (Innsbruck)	Art Miami (Miami)	Art Paris (Paris)	TIAF (Toronto)
Nbr. de visiteurs	–	21 000	10 000	40 000	26 000	40 000
Nbr. d'exposants	171	120 (en 2001)	72 (en 2001)	135	75	74
Nbr. de pays représentés	19	18	11	24	16	14
% d'exposants étrangers	48 % (37 % Eur.)	67 %	51,4 %	56 % (25 % Eur.)	37 %	45 % (13,5 % Eur.)
% d'exposants des États-Unis	52 %	3 %	0 %	44 %	<i>Nil</i>	17,6 %
% d'exposants du Canada	1,7 %	0 %	0 %	3 %	2,7 %	55 %
Participation canadienne	Susan Hobbs (Toronto); Catriona Jeffries (Vancouver)	<i>Nil</i>	<i>Nil</i>	Artcore (Toronto); Buschlem Mowatt (Vanc.); Newzones (Calgary); Christiane Chassay (Mtl)	Madeleine Lacerte (Québec); Graff (Montréal)	du Québec : de Bellefeuille (Mtl); Claude Lafitte (Mtl); Landau Fine Art (Mtl); Trois Points (Mtl); Parachute (Mtl)

TABLEAU 1

Tableaux comparatifs des foires internationales en art contemporain* (suite)

3- AUTRES PARTICIPATIONS CANADIENNES

	Art Jonction (Nice)	Art Palm Beach (Palm Beach)	BIFAS (Boston)	Intern. 20 th Century Art (New York)	New Art Barcelona (Barcelone)	Page(s) / Estampage(s) (Paris)
Nbr. de visiteurs	15 000	18 000	–	12 800	10 000	–
Nbr. d'exposants	35	64	45	56	38	108
Nbr. de pays représentés	9	10	3	11	3	6
% d'exposants étrangers	45,7 %	45,3 % (29,7 % Eur.)	51,2 % (2,2 % Eur.)	44,6 % (39,3 % Eur.)	5,6 %	–
% d'exposants des États-Unis	8,6 %	54,7 %	48,8 %	55,4 %	0 %	0 %
% d'exposants du Canada	5,7 %	6,3 %	4,4 %	1,8 %	2,6 %	2,8 %
Participation canadienne	Madeleine Lacerte (Montréal); Claude Lafitte (Montréal)	Jane Corkin (Toronto); Artcore (Toronto); Art Beatus (Vancouver); Buschlen Mowatt (Vanc.)	Art (Calgary); The Walker Collection	Jane Corkin (Toronto)	Simon Blais (Montréal)	Éric Devlin (Montréal); Les Éditions Roselin (Montréal); Les Éditions La Tranche file (Montréal)

4- AUTRES... (SUITE)

	Paris Photo (Paris)	Photography Show (New York)	SFIAE (San Francisco)	SOFA (New York)	Works on Paper (New York)
Nbr. de visiteurs	37 000	–	–	13 000	–
Nbr. d'exposants	93	85	97	54	91
Nbr. de pays représentés	16	7	10	7	6
% d'exposants étrangers	58,1 %	18,8 % (14,2 % Europe)	23,7 % (10,3 Europe)	24,1 % (11,1 Europe)	22 % (20,9 % Europe)
% d'exposants des États-Unis	17,2 %	81,2 %	76,3 %	75,9 %	78 %
% d'exposants du Canada	1,1 %	2,4 %	1 %	9,3 %	1,1 %
Participation canadienne	Jane Corkin (Toronto)	Stephen Bulger Gallery (Toronto); Jane Corkin (Toronto)	Jane Corkin (Toronto)	Galerie des Métiers d'Art du Québec, Elena Lee (Mtl) ; Option Art Barbara Silverberg (Montréal); Prime Gallery (Toronto); Susan Withney (Régina)	Simon Blais (Montréal)

*Sauf une exception (Art Chicago), les données présentées ci-dessus renvoient à l'année 2000. Les foires sont classées par ordre alphabétique dans chacun des tableaux.

3 200 \$ US pour 10 m² (486 \$ CA le m²); Bâle, 70 000 FF pour 60 m² (230 \$ CA le m²); FIAC, 1200 FF le m² (237 \$ CA le m²); Art Paris, 70 000 FF pour 70 m² (197 \$ CA le m²). Art Chicago est plus chère que Art Basel, mais Art Basel demeure plus prestigieuse et recherchée que sa concurrente américaine. La réputation demeure cependant quelque chose de très subjectif et repose sur l'avis des spécialistes, des participants et des visiteurs. Cette réputation peut changer, et les galeries peuvent aussi se déplacer de foire en foire d'une année à l'autre. On peut distinguer trois groupes de foires: 1) les grandes foires, 2) les foires secondaires ou en émergence, et 3) les foires spécialisées.

Parmi les grandes foires internationales, on trouve Art Basel (Suisse), Art Cologne (Allemagne), Art Chicago (États-Unis), ARCO (Madrid, Espagne), FIAC (France)¹⁶. Il y a unanimité en Europe et en Amérique sur l'importance de ces foires. La plus importante de ces grandes foires est sans conteste Art Basel, non seulement par son ancienneté mais aussi par sa situation géographique, la qualité de sa structure d'accueil et de son organisation, et par l'importance de la participation. Elle est si fréquentée qu'elle peut se permettre de n'inviter aucun collectionneur: « Si nous devons inviter tous les collectionneurs qui viennent à Bâle, nous ferions, précise le directeur de l'événement, aussitôt faillite. » Bâle est par ailleurs une foire très inventive, qui a su évoluer en introduisant par exemple la formule du « one man show » (une vingtaine de stands de superficie réduite), qui sera reprise ensuite par la FIAC, et en consacrant un espace indépendant à la photographie ou à l'édition d'art. Il ne faut donc pas s'étonner si Bâle est la foire la plus sélective: 260 galeries sélectionnées sur plus de 700 en 1998. Certaines galeries restent sur la liste d'attente 3 ou 4 ans. Enfin, par rapport aux autres foires, Bâle a deux avantages: d'abord, elle se déroule durant la même période que la Biennale de Venise, qui a lieu, comme son nom l'indique, tous les deux ans, et, certaines années, que la Documenta de Kassel; ensuite, la Suisse dispose de zones de ports francs (Zurich, Bâle, Genève et Lugano) où sont installés des entrepôts de plusieurs centaines de milliers de mètres carrés qui permettent d'importer, de stocker et de vendre des œuvres sans droits de douanes ni TVA.

Parmi les autres grandes foires, viennent en second rang et dans l'ordre suivant la foire de Cologne, Art Chicago, et la FIAC. Quant à ARCO à Madrid, elle occupe une po-

16. À ces foires, on pourrait ajouter Art Frankfurt. Fondée en 1989, Art Frankfurt présente l'art du xx^e siècle avec un double mandat: mettre en valeur l'art moderne « reconnu » des années 1960 jusqu'à nos jours, et donner à voir les nouvelles attitudes artistiques défendues par de jeunes galeries non encore établies sur le marché. Les artistes représentés à l'intérieur de ce second volet doivent être nés après 1960. Le nombre de visiteurs est de 23 246 (8 % de visiteurs internationaux) et le nombre d'exposants, 175 dont 14 % sont des galeries étrangères. Treize pays sont représentés: Allemagne (141), Autriche (10), États-Unis (8), Suisse (7), France (6), Espagne (4), Italie (3), Angleterre (2), Finlande (2), Belgique (1), Danemark (1), Mexique (1), Suède (1). Le Canada n'est pas représenté en 2000.

Si l'ensemble des foires d'art contemporain font une place, plus ou moins importante, à la promotion des jeunes artistes et des tendances les plus actuelles de la création, Art Frankfurt réserve à cet effet la moitié de sa superficie, se donnant en fait comme deux foires en une. Alors que le 1^{er} étage du hall d'exposition est occupé par une centaine de galeries confirmées et de l'art des années 1960 à nos jours, tout le rez-de-chaussée accueille le volet *New Attitudes*, où près de 75 jeunes galeries, bénéficiant d'un tarif préférentiel, rendent compte des plus récents développements en art.

sition enviable mais, en raison du nombre de ses visiteurs, cette foire qui bénéficie de subventions gouvernementales est considérée comme moins sélective que les autres. ARCO attire chaque année environ quelques 160 000 visiteurs, soit le double de Cologne et cinq fois plus que la foire de Chicago. En 2001, la Grande-Bretagne était le pays invité. La France l'a été en 1999. En 2005, ce sera au tour du Canada.

À ce club sélect des foires, s'est joint depuis un ou deux ans Art Berlin (Allemagne), mais son statut demeure très proche de celui d'autres foires en émergence, par exemple Armory Show (New York), qui en trois ans s'est taillé une place enviable non seulement aux États-Unis, mais aussi dans le monde.

Dans le deuxième groupe, on trouve, en plus d'Armory Show, qui s'est déjà distingué des autres foires secondaires, Art Miami, Art Palm Beach, Arts Brussels, Art Paris, Art Innsbruck et la TIAF (Toronto). À ce groupe, on pourrait aussi intégrer des foires qui, telles Art Jonction ou New Art Barcelona, se donnent une vocation internationale. Toutefois, ces foires jouent un rôle surtout au plan « régional ». C'est la même chose pour la foire Arte Fiera de Bologne où, à plus de 95 %, les galeries sont italiennes. Nous avons donc préféré classer ces foires dans une troisième catégorie pour bien marquer qu'elles n'ont pas acquis le même statut que celles nommées précédemment. Ce troisième et dernier groupe est aussi celui des foires spécialisées, que ce soit en photographie (Paris Photo), en estampe (Estampage), en design et arts décoratifs (SOFA). Nous renvoyons aux *Tableaux comparatifs des foires internationales en art contemporain* présentés dans les pages précédentes pour un aperçu plus détaillé du profil de chacune d'elles.

L'analyse de la participation aux diverses foires internationales permet de dégager deux tendances, pour ne pas dire deux lois: la loi du marché et celle de la proximité. D'abord, la loi du marché. Les galeries privilégient en général les foires qui donnent accès aux marchés les plus importants: FIAC pour la France, Art Cologne pour l'Allemagne, Art Chicago pour les États-Unis. Si Art Basel est une foire si importante, c'est qu'elle donne accès, en raison de sa localisation, à l'ensemble du marché européen.

Ensuite, la proximité. Les foires internationales sont, sauf Art Basel, des foires largement nationales. Dans les foires allemandes, on trouve un pourcentage élevé de galeries allemandes, dans les foires françaises, un pourcentage élevé de galeries françaises et dans les foires américaines, un pourcentage élevé (entre 40 et 60 %) de galeries américaines. La proximité géographique joue aussi pour les pays voisins: les foires en Europe sont d'abord des foires européennes, et plus la distance géographique est faible plus il y a de chances qu'une galerie participe. Par exemple, à Art Berlin, on trouve de nombreuses galeries de l'Europe du Nord (Norvège, Finlande, etc.) et Art Miami attire un grand nombre de galeries sud-américaines, au risque de s'en faire une spécialité. Durant la foire de Cologne, le TGV Paris-Bruxelles-Cologne dépose les visiteurs à l'entrée de la foire. Un client potentiel rencontré à Cologne ou Bâle est un collectionneur très mobile qui, inévitablement, visitera la galerie un jour ou l'autre. À cette proximité géographique, on peut ajouter la *proximité culturelle*, mais celle-ci est moins tangible, sauf peut-être pour la francophonie.

La participation des galeries canadiennes et québécoises aux foires d'art contemporain apparaît, si on compare avec les galeries de pays tels que la Suisse, l'Autriche ou la Hollande, relativement faible : seulement 32 participations de galeries (dont 9 participations québécoises, c'est-à-dire 22 % du total) à des foires internationales à l'extérieur du Canada. La TIAF, qui s'est tenue pour la première fois à Toronto en 2000, a évidemment attiré de nombreuses galeries canadiennes mais, pour sa première édition, seulement quelques galeries québécoises¹⁷. Si on compare la participation des galeries québécoises à celle des galeries canadiennes (hors Québec), on s'aperçoit que les galeries canadiennes sont plus actives dans le champ des grandes foires internationales : 9 participations de galeries canadiennes, contre 2 participations d'une galerie québécoise, à savoir celles de Landau Fine Arts. Parmi les galeries canadiennes les plus présentes sur la scène internationale, on trouve : Art Beatus (Vancouver), Artcore (Toronto), Susan Hobbs (Toronto), Jane Corkin (Toronto) et Christopher Cutts (Toronto). Bref, l'on peut dire que, sur la scène de l'art contemporain international, Toronto joue maintenant un rôle plus important que Montréal, ce qui reflète d'ailleurs la puissance économique du marché torontois¹⁸. Les galeries québécoises se trouvent pour leur part reléguées au marché des foires internationales secondaires ou régionales et aux foires spécialisées¹⁹.

Pour des questions de coût de transport, de familiarité, etc., la proximité géographique et culturelle est un facteur important. Si tel était le cas, on devrait s'attendre à ce que les galeries québécoises participent d'abord à des foires canadiennes (TIAF), et ensuite à des foires américaines et françaises. La foire de Toronto apparaît un enjeu important : c'est un moyen d'accéder (plus ou moins facilement) au marché canadien, et aussi une étape pour accéder à d'autres foires internationales plus sélectives. Par ailleurs, la participation des galeries québécoises à la TIAF apparaît d'autant plus importante qu'elle est une condition de survie de cette foire canadienne et du maintien de son orientation esthétique.

Quant au marché américain, le marché le plus important au monde, il est évidemment proche. Mais comment le pénétrer ? Les galeries québécoises qui ont tenté de le faire se sont souvent butées au chauvinisme américain. Faut-il abandonner ? On pourrait donc être tenté d'« investir » les deux foires géographiquement les plus proches, Art Chicago, pour les galeries qui ont déjà une visibilité internationale, et Armory Show, à New York, pour les galeries d'avant-garde. Sans oublier Art Basel Miami Beach dont l'ouverture récente risque de changer la donne.

Enfin, la France est toujours, pour les galeries et les artistes québécois, une destination « naturelle » : on aime y aller, on aime y exposer ses œuvres. La reconnaissance au

17. Ces galeries sont : Landau Fine Arts, de Bellefeuille, Claude Lafitte et Trois Points.

18. Le lien entre dynamisme artistique et puissance économique n'est toutefois pas si simple, comme le note Alain Quemin : « S'il est clair que le rayonnement artistique international d'un pays n'est pas indépendant de sa capacité d'expansion économique, le cas de pays tels que le Canada, la Chine, et surtout le Japon fait bien apparaître que cela n'a rien d'automatique pour autant » (*op. cit.*, p. 83).

19. Graff et Madeleine Lacerte à Art Paris, Christiane Chassay à Art Miami, Simon Blais à New Art Barcelona, Madeleine Lacerte et Claude Lafitte à Art Jonction (Nice), Éric Devlin à Estampage(s) (Paris).

Québec passe souvent par la reconnaissance à l'étranger, et en particulier à Paris. On aime bien Paris, et on aime bien s'y faire voir. Cette « dépendance » peut paraître paradoxale, car l'art contemporain français n'occupe plus une position aussi forte sur la scène internationale et que le marché français de l'art contemporain est exigu (absence de collectionneurs privés, manque de galeries leaders) par rapport aux marchés américains, anglais ou allemands. L'actuel « recul » des artistes québécois à l'international pourrait ainsi s'expliquer par le relatif « déclin » de l'art contemporain français sur la scène internationale.

CONCLUSION

L'internationalisation de l'art contemporain, qui n'est pas chose récente, comporte aujourd'hui un visage double et contradictoire : d'un côté, elle entraîne, avec la nouvelle tendance vers une globalisation du marché de l'art, un (relatif) déclin de marchés artistiques nationaux (par exemple la France) ; de l'autre, elle s'appuie sur une fragmentation du marché de l'art et favorise la consolidation ou même la constitution de marchés régionaux (Europe, Amérique latine, Asie du Sud).

On peut regretter que la position des galeries québécoises (ou mêmes canadiennes) sur le marché international des foires d'art contemporain soit fragile, voire marginale, et espérer que, par la mise en place de divers programmes gouvernementaux, puisse s'améliorer la présence des artistes et des galeries à l'étranger : ateliers d'artistes à l'étranger, implication plus grande des ambassades et des délégations générales au plan de l'information et du réseautage, organisation d'événements internationaux, programmes de subventions aux galeries, etc. Certains de ces programmes existent déjà et ils pourraient évidemment être améliorés, mais il n'y a jamais de miracle. La capacité, pour des galeries, de faire connaître des artistes locaux et d'« exporter » leurs œuvres à l'étranger tient largement au dynamisme du milieu lui-même. Les galeristes en sont conscients : il faut tout à la fois des institutions fortes (musées, écoles), des événements significatifs (expositions, foires, biennales), de bons artistes et le plus grand nombre de collectionneurs possible. « Ce sont là, conclut un galeriste londonien que nous avons interrogé, des conditions qui permettent à une ville d'acquérir le statut d'une ville importante en art ». C'est ce qui est arrivé à Londres, depuis la construction de la Modern Tate Gallery et l'apparition de plusieurs nouvelles galeries, et c'est ce qui arrive actuellement à Berlin. En d'autres termes, la visibilité que peuvent acquérir l'art et les artistes d'un pays sur la scène internationale n'est jamais totalement indépendante de l'émergence d'une demande privée et publique suffisante²⁰. ◆

RÉSUMÉ

Divers éléments indiquent que la mondialisation du marché de l'art favorise la reconfiguration territoriale du monde international de l'art contemporain en quelques grands marchés régionaux, autour des deux pôles que forment l'Europe et les États-Unis. Le plus haut degré de centralisation

20. Pour la France, voir Queminn, 2001.

et la plus forte intégration du marché international de l'art, qui s'expriment entre autres par une prolifération de foires d'art contemporain aux visées internationales, ne signifient toutefois pas pour autant la disparition de réseaux et de marchés artistiques locaux, nationaux ou supranationaux fort diversifiés et qui œuvrent, à différentes échelles, à la reconnaissance et au rayonnement des artistes. Cette articulation du local au global est ici questionnée à travers l'analyse des stratégies d'internationalisation des galeries québécoises et, plus spécifiquement, de leur participation aux foires internationales d'art contemporain. Les caractéristiques des principales foires sont passées en revue.

SUMMARY

Different indicators suggest that the globalization of the art market favours a territorial reconfiguration of the international world of contemporary art into a few large regional markets organized around the United States and Europe. The high degree of centralization and integration of the international art market, as measured by an increase of contemporary art fairs with international aspirations, does not, however, mean that local, national or supranational networks and art markets have disappeared. In fact, these networks and markets persist, are very diversified and work at different levels to promote the recognition of artists. This article calls into question the articulation of local and global initiatives, through a study of different globalization strategies used by Quebec galleries and their participation in international contemporary art fairs. The characteristics of the main fairs are reviewed.

RESUMEN

Diversos elementos indican que la mundialización del mercado del arte favorece la reconfiguración territorial del mundo internacional del arte contemporáneo en algunos grandes mercados regionales, alrededor de los dos polos que forman la Europa y los Estados Unidos. El mayor grado de centralización y la más fuerte integración del mercado internacional del arte, que se expresa entre otros por una proliferación del mercado del arte contemporáneo con proyecciones internacionales, no significa, sin embargo, la desaparición de redes y de mercados artísticos locales, nacionales o supranacionales muy diversificados y que abren, a diferentes escalas, al reconocimiento y a la difusión de los artistas. Esta articulación de lo local a lo global es aquí cuestionado a través del análisis de las estrategias de internacionalización de las galerías quebequenses y más específicamente, de su participación en los mercados internacionales del arte contemporáneo. Se revisan las características de los principales mercados.

BIBLIOGRAPHIE

- BENHAMOU, Françoise (2000), *L'économie des galeries d'art contemporain en France*, ministère de la Culture et de la Communication, Paris.
- BENHAMOU, Françoise, Nathalie MOUREAU et Dominique SAGOT-DUVAUROUX (2000), *Les galeries d'art contemporain*, Rapport au ministère de la Culture, Département des études et de la prospective, ministère de la Culture et de la Communication, Paris.
- BOURDIEU, Pierre (1977), « La production de la croyance. Contribution à une économie des biens symboliques », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 13, février, p. 3-43.
- BOURDIEU, Pierre (2001), *Science de la science et réflexivité*, Paris, Éditions Raison d'agir.

- BOURDIEU, Pierre (1975), « La spécificité du champ scientifique et les conditions sociales du progrès de la raison », *Sociologie et sociétés*, vol. 7, n° 1, mai, p. 91-118.
- FOURNIER, Marcel (2000), « L'artiste et l'exil. Robert Roussil entre Montréal et Tourette-sur-Loup », in Guy Bellavance, *Mondes et réseaux de l'art*, Montréal, Liber.
- FOURNIER, Marcel et Myrtille ROY-VALEX (2001), *Art contemporain et internationalisation. Le rôle des galeries et des foires*, Rapport de recherche, Québec, ministère de la Culture et des Communications.
- FUCHS, Stephan (2001), *Against Essentialism. A Theory of Culture and Society*, Cambridge, Harvard University Press.
- JAEGER, Véronique (2000), « Quelque chose de différent et d'exceptionnel », *FIAC 2000 newsletter*, p. 8.
- MERTON, Robert K. (1973), « The Matthew Effect in Science », in *The Sociology of Science*, Chicago, University of Chicago, p. 228-133.
- MICHAUD, Yves (1989), *L'artiste et les commissaires. Quatre essais non pas sur l'art contemporain mais sur ceux qui s'en occupent*, Nîmes, Éditions Jacqueline Chambon.
- MOULIN, Raymonde (2000), *Le marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies*, Paris, Flammarion.
- QUEMIN, Alain (2001), « Marché de l'art. Le marché de l'art contemporain en France », dans *Encyclopædia Universalis*, Paris.
- QUEMIN, Alain (2001), *Le rôle des pays prescripteurs sur le marché et dans le monde de l'art contemporain*, Paris, ministère des Affaires étrangères.