

Walid Raad de même se veut quasi l'archétype de l'artiste new-yorkais.

À l'opposé de ces artistes "occidentalisés", on trouve notamment des "artistes arabes" dont les œuvres incarnent un certain folklore régional pour espérer se vendre. D'où ce fleurissement de femmes voilées, motif usuel chez les artistes iraniens ou saoudiens, de combattants à keffieh façon Warhol chez les Palestiniens, de tarbouche (et de keffieh) déjantés chez les Libanais... « On ne voyait que cela à Art Basel cette année », se souvient un collectionneur. Pour Marie Muracciole, nouvelle directrice du Beirut Art Center (BAC), ces deux extrêmes sont révélateurs des tensions : « L'occidentalisation des artistes de la région pose question. Pourra-t-on jamais sortir de cette hégémonie ? D'autant qu'à l'autre extrême il y a cette forme de néo-orientalisme : le marché réclame ces codes attendus pour apposer une étiquette "arabe" rassurante sur l'artiste. » ■

Artscoops.com : nouvelle plate-forme d'achat pour l'art sur Internet

May et Raya Marmabachi ont une ambition : faire d'artscoops.com le nouvel artspace de la région arabe, soit une plate-forme de vente en ligne qui repose sur des partenariats avec de grandes galeries d'art ou les artistes eux-mêmes. « Les pièces disponibles sur notre site sont réservées pendant un laps de temps donné. On ne les trouvera nulle part ailleurs », assure Raya Marmabachi. Encore en version bêta, artscoops propose une quarantaine d'artistes régionaux, pour des prix oscillant entre 250 dollars et 50 000 dollars. Le site, qui possède une antenne à Londres, est agréé Paypal. « Notre idée est de proposer un art abordable : c'est aussi celui qu'on achète sur Internet. Au-delà de 100 000 dollars, c'est le territoire des grandes maisons internationales. » Sur chaque vente, le site prélève une commission de 20 %. Il garantit également une période de rétraction possible, de l'ordre de 30 jours. Du 10 au 24 septembre, artscoops organise même sa première vente aux enchères sur Internet. On devrait y retrouver des artistes comme Joe Kesrouani, Mohammad el-Rawas, Raffi Tokatlian ou encore Mona Trad. Et, côté syrien, Zouheir Dabbagh, Sabhan Adam, Saoud Abdallah...

Fabrice Bousteau : « Le marché de l'art libanais se densifie à une vitesse vertigineuse »

De passage à Beyrouth, le rédacteur en chef de la revue française Beaux-Arts Magazine et commissaire du pavillon indien, présenté dans le cadre de la 5^e Beirut Art Fair en septembre, revient sur la globalisation du marché de l'art.

Comment se situe le marché de l'art libanais et arabe au regard du contexte international ?

Le marché de l'art s'est globalisé ces dernières années. Des marchés jusque-là locaux, comme l'art contemporain chinois, indien, plus récemment arabe, sont venus s'agréger au marché international. Le Liban n'échappe pas à la règle. Au contraire : Beyrouth a même été un précurseur dans les années 1960 grâce à une bourgeoisie ouverte sur le monde, dont les représentants achetaient et collectionnaient des œuvres d'art locales et occidentales. Mais cette scène locale ne figurait alors dans aucun événement international. Il va falloir attendre les années 2000 pour qu'un mouvement, venu des pays du Golfe, rayonne dans tout le Levant, et intègre la région sur l'échiquier mondialisé de l'art. Aujourd'hui, la création de foires internationales (Dubai, Charjah, Beyrouth), l'installation de sociétés de ventes privées (Christie's et Bonhams à Dubai ; Sotheby's à Doha), la multiplication de galeries témoigne d'un écosystème en gestation. Le marché de l'art se densifie au Liban et dans le monde arabe à une vitesse vertigineuse.

Comment expliquez-vous cette globalisation du monde de l'art ?

Le phénomène est lié à l'augmentation de la richesse. En 2013, le monde comptait 12,5 millions de personnes disposant d'un capital d'un million de dollars à investir immédiatement. Soit 46 % de plus qu'en 2008. Pour ces classes dominantes, l'art, et spécialement l'art contemporain, est un "outil de valorisation sociale" : en achetant, ces hommes et ces femmes montrent leur réussite. Ils obtiennent la reconnaissance sociale et médiatique que confère leur statut de collectionneurs, voire de mécènes. Une étude de l'Université de Yale affirme qu'« une augmentation d'un point de pourcentage de la part du revenu total gagné par les 0,1 % les plus riches provoque une augmentation des prix de l'art d'environ 14 % ». Mais du coup, le nombre d'œuvres ou d'artistes, susceptibles de répondre à ces attentes, n'est plus suffisant. D'où cette frénésie dans les prix : on a besoin



de "sang frais", ce qui explique l'émergence de nouvelles scènes artistiques.

Vous vous intéressez aux artistes indiens. Peut-on y voir des similitudes avec la scène libanaise ?

Avec l'ouverture à l'économie de marché, dans les années 1980, l'Inde a vu se mettre en place un marché artistique, estimé à 300 millions de dollars en 2012, six fois plus qu'en 2005. Avant 1990, un seul artiste indien était reconnu sur la place internationale. Désormais, ils sont 7 ou 8. Une trentaine les suivent de près. Surtout, la nature de leur questionnement artistique a évolué : auparavant, ils travaillaient sur des thèmes traditionnels comme les mythes ou les divinités... Aujourd'hui, la nouvelle génération s'intéresse davantage au quotidien, aux maux et aux mutations de cette "société de consommation" dans laquelle ils baignent. Leurs œuvres parlent de travail, de politique, de sexualité... Un artiste comme Gupta Sudoth (1969) s'ingénie depuis 15 ans à détourner de leur usage des ustensiles en acier ou en inox, caractéristiques des foyers – et des cuisines – de la classe moyenne. Parce que ces objets sont aussi le symbole de cette société de consommation. Ce questionnement n'est pas propre à l'Inde. On le retrouve dans tous les pays "périphériques". Ces artistes sont aussi désormais plus proches d'une "esthétique internationale", où les différences culturelles s'homogénéisent. De fait, leurs œuvres parlent à tous. Le Liban n'échappe pas à cette tendance : l'art y parle de la guerre civile, d'inégalités sociales, d'identités confessionnelles... Je pense, par exemple, à un artiste comme Akram Zaatari (1966), cofondateur de la Fondation arabe pour l'image, qui travaille souvent sur la mémoire collective de la guerre. ■