

Bilan LUXE

HIVER 2022 · CHF 9,80

FÊTES

Se faire plaisir et bien investir

CINÉMA

L'acteur oscarisé
Eddie Redmayne
honoré en Suisse

ENTREPRISES FAMILIALES

Les défis de
la transmission

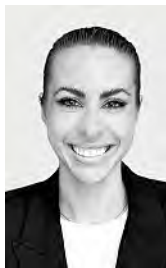
PARTENARIATS

Le sport féminin
prend ses marques

TENDANCE

Bunkers de luxe,
un marché en plein
boom





Astrid Rosetti
Firmenich
consultante en art

MARCHÉ DE L'ART

Le même, ou les non-dits d'un marché en proie à l'opacité

C'est un secret de Polichinelle: le monde de l'art a un problème d'élitisme et d'accessibilité. Bénéficiant d'une résonance universelle de par leur voyeurisme grinçant, les comptes Instagram @jerrygogosian et @freeze_magazine scandent les excès d'un monde de l'art en proie à son opacité. Incontestables critiques d'une nouvelle génération, ils proposent une satire acerbe du dysfonctionnement social et financier du marché à leurs 300'000 abonnés combinés.

Hilde Lynn Helphenstein, alter ego de Jerry Gogosian - hommage au critique d'art Jerry Saltz et au marchand Larry Gagosian - est la figure de proue de ce mouvement qui utilise le même comme moyen de communication caustique et dénonciatrice. «Le marché de l'art met en scène la plus riche des comédies absurdes, contes moraux et histoires d'amour», a déclaré la jeune conservatrice indépendante, galeriste et artiste qui, au même titre que Cem A., artiste et

conservateur qui se cache derrière @freeze_magazine, compare le monde de l'art à «une tragédie grecque».

Tout est dans l'économie de l'attention: sous forme de cocktails d'insinuations contentieuses soigneusement administrées et phrasées, ils caricaturent les idiosyncrasies du marché de l'art, exhibant sans détour ses scandales et ses dérives. Parlant un langage d'initié, mais s'adressant à un public large, tous deux exploitent des références sociales et culturelles pour exposer incisivement les mécanismes d'inégalités d'un marché dérégulé.

Leurs mêmes déconstruisent les codes d'un secteur élitiste, le népotisme de certains participants empruntant les sœurs Olsen pour personnifier la «galerista» type, l'opacité entourant les transactions, l'art du flipping via Paris

Hilton, une pseudo-prise de conscience écologique et les collectionneurs de KAWS comme la quintessence du mauvais goût. Ils soulignent la réputation de l'art vu comme pur actif financier, usant des Kardashians comme symboles de la financiarisation extrême de l'art utilisé à des fins d'évasion fiscale et de blanchiment d'argent. Les thèmes sous-jacents sont les *wet paintings*, la hiérarchie impénétrable ordonnée par les mégagaleries, l'exploitation des employés et des artistes émergents, un sexisme persistant, du racisme inhérent et surtout l'hypocrisie d'un marché où tout s'achète, mais rien n'est officiellement à vendre.

Nouvelles formes d'expression culturelle, Helphenstein et Cem A. reflètent surtout l'évolution de la dynamique

du pouvoir dans notre approche innovante de la critique pour quiconque cherche à naviguer sur ce marché réservé à des *happy few* avec autant d'influence (si ce n'est davantage) qu'un critique académique avéré. «Le même lui-même est un moyen d'une simplicité trompeuse pour communiquer des idées complexes», a confié Helphenstein.

Force est de constater qu'on s'y reconnaît tous, coupables de notre pleine implication et participation dans ce cirque qu'est le

marché de l'art, entre absurdité, extravagance et divertissement. «Le monde de l'art est un endroit où peu importe quelle position vous occupez, vous aurez toujours l'impression d'être un outsider», dixit Helphenstein. C'est pour cette raison que des personnalités comme elle ou Cem A. sont essentielles au dialogue. Elles clament haut ce que tout le monde pense tout bas.

À une époque où la confiance institutionnelle et médiatique s'affaiblit, ces commentateurs servent à ouvrir la discussion autour de la transparence et de la réglementation des pratiques du marché de l'art. Avec une analyse critique et efficace, ils entraînent une prise de conscience plus large qui pourrait contribuer à changer les pratiques et les mœurs sur le plus long terme.

«Il illustre l'hypocrisie d'un marché où tout s'achète, mais rien n'est officiellement à vendre.»