



© Barter Paris Art Club.

Les « clubs d'art », la culture de l'exclusivité

Bien établis en Grande-Bretagne, les clubs d'art, proposant visites et événements privés, ne sont apparus que récemment en France et peinent encore à y gagner du terrain.

Par Sophie Bernard

Visites d'ateliers, d'expositions ou rencontres privilégiées avec des artistes et des commissaires d'exposition, privatisation de galeries et d'institutions le temps d'une soirée, voilà le genre de services proposés par les clubs d'art. Ils sont de plus en plus nombreux à Paris où l'offre culturelle est très riche et le temps une denrée rare, si bien que la nécessité de faire des choix s'impose.

« Le principe est de donner un accès différent à la culture en guidant un public à la recherche de

« Le principe est de donner un accès différent à la culture en guidant un public à la recherche de nouvelles expériences et d'exclusivité. »

Xavier Mouradian,

directeur général de CultureSecrets

nouvelles expériences et d'exclusivité », explique Xavier Mouradian, directeur général de CultureSecrets, fondé en 2014. Mêmes services chez Barter, qui cherche plus spécifiquement à mettre en lien jeunes collectionneurs et marché de l'art, autrement dit prodigue des conseils à l'achat d'œuvres. Sa clientèle ? « *Ceux qui souhaitent démarrer ou enrichir leur collection mais qui n'ont ni les réseaux ni les codes du monde de l'art* », souligne Philippe Rémy, le fondateur, qui avait lui-même du mal à franchir la porte d'une galerie ou n'avait jamais participé à une vente aux enchères avant de créer ce club en 2013. De son côté, *The Eyes*, revue annuelle dédiée à la photographie qui ne propose pas d'abonnement, a créé le sien pour « *fédérer une communauté de passionnés d'images, amateurs comme professionnels, et faire profiter d'opportunités avec nos partenaires, comme par exemple des entrées VIP à Paris Photo avec visite commentée autour des éditeurs de livres photo ou encore* /...



© CultureSecrets.



© Tatiana Lodié

« Nous souhaitons fédérer une communauté de passionnés d'images, amateurs comme professionnels. »

Véronique Prugnaud,
cofondatrice de *The Eyes*.

invitations au vernissage de Art Paris Art Fair », explique Véronique Prugnaud, cofondatrice. Un club gratuit qui est donc aussi un outil de communication. Ces trois sociétés utilisent site internet, newsletter et réseaux sociaux pour diffuser leurs propositions auprès du public : ainsi leur existence est-elle directement liée à la montée en puissance des outils numériques.

Une clientèle de *happy few*

Relativement récents en France où ils ont émergé il y a moins de dix ans, les clubs sont depuis le XIX^e siècle une institution en Grande-Bretagne. Aujourd'hui, ils sont légion, comme l'explique le Britannique Simon Baker, directeur de la MEP : « *Il devient même difficile de sortir en dehors tellement les sollicitations sont nombreuses... Les gens se sentent flattés, mais cela a un coût et, au fil du temps, l'esprit s'est perdu.* »

Au départ, il s'agit de lieux d'échanges réunissant professionnels et mécènes. Y adhérer permet de profiter d'une programmation artistique exclusive et ainsi d'avoir accès à un réseau tout en soutenant la création artistique. C'est en tout cas la promesse du *Silencio* conçu en 2011 par David Lynch et installé rue Montmartre à Paris qui

se définit comme « *un club privé dédié aux communautés créatives* ».

En France, l'esprit « club » gagne du terrain timidement, comme le prouve le nombre d'adhérents de Barter, 300 environ, alors que CultureSecrets en revendique entre 1500 et 2000 actifs. Cet écart s'explique par la différence d'activité, le premier étant davantage une conciergerie d'art alors que le second est centré sur les événements, avec une offre large incluant expositions mais aussi pièces de théâtre et spectacles. Barter comme CultureSecrets attirent essentiellement des cadres trentenaires et quadragénaires qui ont les moyens. Le coût reste abordable car les formules d'adhésion, solo ou duo, sont multiples, allant de quelques dizaines d'euros pour un engagement à la carte à 300 euros pour un abonnement à l'année. Comparé aux clubs de sport, c'est finalement peu... Plus élitiste, le *Silencio* propose des formules entre 900 et 1680 euros par an. Quelle que soit la formule, les adhérents sont attirés par l'idée de se retrouver entre *happy few* et de pratiquer une activité valorisante, avec sous entendue l'idée de faire partie et de participer au monde l'art, un univers soi-disant fermé et secret.

Une tendance timide

Si la croissance est au rendez-vous, on ne peut parler ni d'euphorie ni de tendance... Pour passer à la vitesse supérieure, chez Barter comme chez CultureSecrets, on cherche à capter non plus seulement des individus mais aussi des entreprises : cabinets d'avocat, banques et professions libérales en général. « *Une façon de gagner des clients par centaines d'un coup* », soulignent Xavier Mouradian et Philippe Rémy. Ce dernier s'interroge aussi sur la possibilité de proposer un club plus fermé pour cultiver le sentiment d'exclusivité en le rendant accessible par parrainage. Une façon de passer d'une offre haut de gamme à un produit de luxe, et ainsi d'augmenter l'attractivité...

Autre idée à creuser, selon Xavier Mouradian, réfléchir à d'autres canaux de distribution non dématérialisés : « *Ce qui manque, ce sont des points de diffusion physiques (dans les librairies, par exemple) et les explications orales sur ce que l'on propose précisément. Quelque chose entre le pass culturel et les boxes...* ». Une idée du club plus démocratique ?



© Guillaume Lebrun/Atelier Dipantik

The Artist Talks by *The Eyes* à Paris Photo, 2018.