



galerie

par Marion Lejeune

samedi 7 mars 2015, par [Thierry Groensteen](#)

[Mars 2015]

Les galeries spécialisées en bande dessinée connaissent aujourd’hui un développement spectaculaire. Si leur origine remonte aux années 1970, l’ouverture de la plupart d’entre elles est postérieure aux années 2000 et concentrée dans les cinq dernières années.

L’année 2013 aura vu à Paris l’apparition de trois d’entre elles : la galerie Glénat, la galerie Champaka ainsi que la galerie BD Artwork, une galerie virtuelle qui organise des expositions dans des lieux variés. À l’heure actuelle, Paris compte au moins une quinzaine de galeries spécialisées (Martel, Oblique, 9e art, Huberty & Breyne — anciennement Petits Papiers —, Barbier et Mathon, Napoléon, Jean-Marc Thévenet, Daniel Maghen, Anne Barrault, Julien Brugeas, etc.), et il ne faut pas oublier les galeries belges (Petits Papiers, Slomka, Brüssel, Thierry Goossens, etc.) ou suisses. Le milieu, en pleine effervescence, connaît une concurrence importante : les galeries déménagent, se rénovent, s’agrandissent, se spécialisent et innovent pour s’assurer de rester à la pointe du marché. En dépit de leur succès, elles ne sont pourtant pas à l’abri de la faillite : la Gallery, par exemple, fondée à Paris par le montréalais Laurent Imbert, a brutalement fermé en 2011.



La rencontre du marché de l’art et de la bande dessinée est un événement d’origine francophone, né autour de la tintinophilie (vente d’albums, de dessins, de planches originales et de produits dérivés) dans les années 1980, principalement lors de ventes aux enchères. Le phénomène s’est peu à peu élargi à d’autres célèbres auteurs de la bande dessinée franco-belge : Uderzo, Peyo, Jacobs... avant de gagner la quasi totalité du secteur, des classiques aux indépendants en passant par des auteurs plus *mainstream*. Le prix des planches des auteurs les plus courus a pu être multiplié par cinquante en quelques années. L’apparition des galeries témoigne d’un intérêt nouveau porté à tout ce qui environne l’album, le précède

et l'excède. Originaux, crayonnés, story-boards mais aussi œuvres non séquentielles (peintures, dessins, illustrations, lithographies, sculptures, etc.) sont maintenant soumis à une forte demande. Les galeries se multiplient, désireuses d'occuper un créneau si rentable dans un marché jeune et plein de potentiel. Elles se sont imposées en quelques années comme des lieux incontournables, dévolus aussi bien à la vente qu'à l'appréciation esthétique d'une bande dessinée devenue protéiforme.

La galerie est devenue une étape phare dans l'exploitation commerciale d'un « objet bande dessinée » éclaté qui comprend l'album, ses coulisses (crayonnés, originaux, story-boards) et ses prolongements (*merchandising*). La galerie, concentrée principalement sur les coulisses, participerait de l'exploitation « centripète » du médium (l'exploitation « centrifuge » étant le *merchandising*).

Les galeries spécialisées en bande dessinée partagent de nombreux points communs avec les galeries d'art traditionnelles. Constituées en SA, SARL ou en sociétés individuelles, ce sont de petites entreprises qui emploient rarement plus de deux personnes (le galeriste et un stagiaire ou salarié à temps partiel pour couvrir les heures d'ouverture). Géographiquement, la plupart d'entre elles sont concentrées dans les capitales et dans des quartiers traditionnellement occupés par les marchands d'art (à Paris : le centre, soit Beaubourg, le Marais et les quais de Seine pour l'essentiel).

La galerie spécialisée partage avec la galerie traditionnelle un double objectif : celui d'exposer et de vendre des œuvres d'art. Deux types d'espaces sont dévolus à cet effet : un espace physique qui prend la forme d'une boutique, ouverte gratuitement au public durant la semaine, et un espace immatériel, le site internet de la galerie. Les galeries de bande dessinée ont largement profité du passage au numérique et beaucoup proposent des expositions et de la vente en ligne. Certaines, comme la Galerie 2d, sont même entièrement dématérialisées. Cette dernière est même plus proche d'un site de vente en ligne que d'une véritable galerie : elle s'occupe de mettre en relation des vendeurs, amateurs et professionnels, avec des acheteurs.



Le fonctionnement commercial de ces galeries est simple. Les galeristes étant pour la plupart des collectionneurs passionnés, ils constituent leur fonds de commerce à partir de leur propre collection. Ils l'enrichissent, jusqu'à atteindre parfois plusieurs milliers de planches (c'est le cas de la galerie Daniel Maghen), en achetant ou commandant des œuvres à des auteurs ou aux enchères. Les ventes, elles, ont lieu directement à la galerie, via le site internet ou dans des foires d'art comme Art Paris, Brafa ou Drawing Now. Le galeriste paye son artiste et se paye en prélevant un pourcentage sur chaque vente qui peut aller de 30 à 70% du prix.

Plus récemment, des galeries influentes ont développé des partenariats avec des maisons de vente pour organiser des enchères. Le principe à la base de ces accords est que les galeries mobilisent leur fonds pour nourrir le catalogue des œuvres tandis que la maison de vente, avec son prestige, contribue à donner une aura internationale à la vente et à attirer des acheteurs étrangers. En mars 2014, la vente aux

enchères organisée chez Christie's par le galeriste Daniel Maghen a généré plus d'un million d'euros de chiffres d'affaire. À la suite de ce succès, une autre vente organisée par Champaka et 9e Art se prépare pour 2015 chez Sotheby's. Certains galeristes, comme Huberty et Breyne, ont ainsi acquis le statut d'experts auprès des salles de vente, qu'ils conseillent et dont ils constituent le catalogue.

Le galeriste n'est pourtant pas un simple marchand d'art. Il a un rôle de conseil et de documentation auprès de ses clients et s'implique auprès de l'artiste en offrant une visibilité à son travail, qu'il promeut par des expositions soigneusement annoncées. Il contribue aussi à créer et entretenir la cote de l'artiste en déterminant l'intérêt du marché pour ses œuvres. Cependant, si la confiance est cruciale entre un artiste et son galeriste (il est rare qu'un contrat écrit soit établi), ce dernier n'a pas forcément l'exclusivité de toute la production. Nicolas de Crécy vend par exemple ses œuvres à la galerie Martel aussi bien qu'à la galerie Barbier et Mathon.

Ce créneau commercial supplémentaire que représente la galerie, s'il est en dehors de la chaîne du livre (encore que les albums de bande dessinée soient rarement absents des galeries, posés sur une table à la disposition du public), est pourtant né dans sa continuité. Historiquement, les galeries sont apparues de façon informelle dans des librairies spécialisées ou dédiées aux genres « ignobles » (science-fiction, policier, horreur, fantastique...), où les planches originales se vendaient pour une somme dérisoire à des collectionneurs. Lambiek à Amsterdam, Le Kiosque et Album à Paris, Curiosity House, Chlorophylle, Bédéscope ou Le Fantôme espagnol à Bruxelles, Papiers Gras à Genève, comptent parmi ces librairies spécialisées, apparues dès les années 1960 pour la plus ancienne (Le Kiosque, de Jean Bouillet) et qui ont essaimé dans les années 1980.

Ce n'est que par la suite que la vente de planches s'est professionnalisée, avec des galeristes comme Jean-Marie Derscheid, qui organise, en 1981, dans sa galerie d'art contemporain bruxelloise, la première exposition consacrée à Hugo Pratt, mais aussi Michel Wittamer, qui expose dans sa galerie, à partir de 1984, Schuiten, Peyo, Caniff et autres, ou Christian Desbois qui dès 1981, vend dans sa galerie Escale à Paris des planches de Tardi et Bilal.

Certaines galeries actuelles ont conservé ce lien originel avec la librairie et continuent de cumuler les deux fonctions, comme The Skull et Brûsel à Bruxelles ou Super-Héros à Paris qui propose des expositions-ventes. La galerie Slomka, aussi à Bruxelles, est quant à elle devenue un espace complexe (le « Village de la bande dessinée ») qui compte galerie, librairie et... restaurants.

Certains acteurs de la chaîne du livre ont bien saisi l'intérêt de s'ancrer à tous les niveaux de production et de commercialisation de l'objet bande dessinée. Glénat, éditeur grenoblois, a ouvert sa galerie en 2013 à Paris pour offrir au public les privilèges de l'éditeur : selon ses mots, « admirer, toucher le travail » que les auteurs viennent lui présenter. La boucle est bouclée : les auteurs vendent leurs travaux dans la galerie de leur éditeur, qui se trouve à la fois en amont et en aval de l'album. La vente des originaux accompagne d'ailleurs le lancement d'un nouveau titre.

Le marché de l'art et le monde du livre fonctionnent, dans le cas de la bande dessinée, de façon cohérente. Ce sont principalement les chiffres de vente d'albums ainsi que la notoriété des auteurs qui assurent les investissements les plus prometteurs au niveau de la vente d'originaux et autres.



En redonnant de la valeur à des œuvres auparavant délaissés (originaux, études, crayonnés ou story-

boards) les galeries apportent aussi des revenus supplémentaires aux auteurs, en complément de la création et de la vente d'albums. Pour ces raisons – et contrairement à la génération précédente, méfiante à l'égard du marché de l'art –, rares sont les auteurs à ne pas succomber à ce nouveau débouché économique. Seuls quelques uns d'entre eux, comme Lewis Trondheim ou François Bourgeon, se refusent toujours à nouer un partenariat avec une galerie. Cependant, les auteurs attachés à une galerie en tirent des revenus extrêmement variables suivant leur popularité. Vendre d'un coup une cinquantaine de planches peut représenter, pour certains, une tranquillité financière pour un, deux, voire trois ans.

Enfin, la fièvre qui s'est emparée du marché de l'art autour des planches originales augmente le nombre de clients des galeries et modifie leur profil. Les bédéphiles, collectionneurs et nostalgiques, acheteurs des origines, comptent certes toujours parmi les visiteurs et les acheteurs. Mais la bande dessinée attire aujourd'hui plus que des passionnés : des clients venus du monde de l'art contemporain ainsi que des investisseurs financiers voient dans l'achat d'une planche autant une belle acquisition qu'un placement intéressant à long terme, en vue d'une éventuelle revente au prix fort. Plus rarement, parce que peu nombreuses et mal dotées financièrement, ce sont les institutions (comme la Cité internationale de la bande dessinée et de l'image, à Angoulême) qui comptent parmi les clients.

Il y en a malgré tout pour toutes les bourses dans les galeries, qui brassent une clientèle au pouvoir d'achat très varié. Les œuvres vont d'une centaine d'euros pour des auteurs encore peu cotés ou des créations mineures d'auteurs connus, à plusieurs milliers voire dizaines de milliers pour les auteurs les plus prestigieux, dont le prix des planches grimpe d'autant plus qu'elles deviennent rares. Uderzo, Peyo, Franquin, Jacobs, Roba, Morris, et pour les plus contemporains Bilal, Druillet, Pratt, Moebius, Manara, Schuiten et Geluck comptent parmi les plus chers. Le recours à des techniques numériques pour dessiner, qui fait courir le risque de voir disparaître les originaux, accroît encore la valeur de ce type d'œuvres.



Les galeries ont aussi leur rôle à jouer dans l'appréciation esthétique du dessin de bande dessinée. Il peut sembler paradoxal, pour un médium comme la bande dessinée, caractérisée par sa reproductibilité technique et sa narration séquentielle, que soient valorisés des originaux extraits du flux du récit ainsi que des crayonnés ou études qui témoignent d'un travail en cours. C'est un paradoxe que la galerie partage avec une autre institution, le musée, lui aussi en charge d'exposer un médium qui traditionnellement se lit plus qu'il ne se regarde. Encore que les moyens de la galerie ne soient pas comparables à ceux du musée : ses impératifs commerciaux et sa petite taille limitent souvent l'inventivité des scénographies. Les galeries appellent néanmoins, comme le musée, un type d'expérience esthétique distinct de la lecture. L'exposition sur les murs de la galerie conduit le visiteur à goûter l'aspect graphique, plus que narratif, d'une planche ou d'un dessin. Même l'intérêt commercial que suscite ce type d'œuvres coupées de la narration indique à quel point la bande dessinée peut être appréciée comme art du dessin.

Les galeries sont donc des actrices, au même titre que le musée, de la reconnaissance de la bande dessinée en tant qu'art digne d'être exposé. Ce mouvement de légitimation peut cependant prendre des directions très différentes. Certaines galeries n'exposent que de la bande dessinée : l'utilisation d'un espace complet est en soi significative de la place qu'elle a acquise. Mais les orientations d'autres galeries, qui exposent de la bande dessinée à côté d'autres médias, en disent tout aussi long sur la variété de ces voies de légitimation.

La galerie Arludik, créée en 2003 à Paris, se consacre aux formes d'art contemporain issues des industries du divertissement. Elle expose dessins d'auteurs de bande dessinée et de mangakas, illustrations,

peintures numériques venues du jeu vidéo, story-boards de films d'animation, etc. Moebius côtoie *Assassin's Creed* et *Ratatouille*. La galerie valorise les productions d'une pléthore de médias *mainstream* dont certains, comme l'animation et le jeu vidéo, sont encore peu prisés par le marché de l'art. Il s'agit pour elle de creuser un nouveau marché autour d'arts du récit voués à la diffusion et à la reproduction, souvent peu considérés pour leur valeur graphique mais qui disposent de « coulisses » commercialement exploitables et esthétiquement intéressants.

La démarche est différente à la galerie d'art contemporain Anne Barrault, elle aussi située à Paris. Il ne s'agit pas pour elle de défendre la valeur artistique de créations issues des industries culturelles, de revendiquer l'aspect « ludique » (donc divertissant) du médium, mais d'exposer une bande dessinée pointue d'auteurs comme Killoffer, David B. ou Jochen Gerner, qui évoluent résolument en dehors de la production *mainstream*. Leurs œuvres sont exposées parmi des créations historiquement considérées comme plus nobles, à l'instar de la photographie.

Cette inscription de la bande dessinée dans des galeries aux champs créatifs plus larges (le plus fréquent est celui de l'art contemporain) contribue à œuvrer pour la reconnaissance de celle-ci en tant qu'art, aussi varié soit-il. Certains galeristes défendent notamment l'idée que la bande dessinée serait à l'heure actuelle devenue une forme d'art contemporain parmi d'autres.

C'est ce que confirment les pratiques de plus en plus d'auteurs, qui proposent à leurs galeristes, outre des planches, des créations originales, peintures, dessins, collages, sculptures etc. La galerie est devenu un lieu important pour les auteurs de la jeune génération qui jonglent volontiers d'une sphère à l'autre et produisent « à côté de [leur] œuvre de librairie, des images spécifiques que le monde de l'art reconnaît comme siennes » (Groensteen, 2010).

Certaines galeries donnent une visibilité à des créations d'artistes qui assument leur polyvalence.

L'exposition Thomas Ott à la galerie Martel en 2010 montrait une quantité d'œuvres hétéroclites, allant des traditionnelles planches originales aux œuvres non séquentielles et non narratives (en l'occurrence, des gravures anatomiques), en passant par les illustrations, *flyers* et publicités.

Dans certains cas, il se peut que le galeriste devienne membre à part entière du processus créatif. Il n'est pas rare qu'il commande des œuvres originales à « ses » artistes, qu'il accompagne et encourage comme il le ferait de n'importe quel plasticien. Daniel Maghen souligne ce rôle essentiel : « les auteurs ont besoin d'un accompagnement. Un galeriste est aussi nécessaire à un auteur qu'un éditeur : chacun a son rôle, des rôles différents, mais complémentaires » (Pietralunga, 2014).

La situation d'exposition propre à la galerie pousse alors les artistes à concevoir différemment leurs œuvres, à les penser dans l'espace et à s'impliquer dans le processus d'accrochage. C'était le cas en 2003 à la galerie Anne Barrault, lors d'une exposition de l'Oubapo, où les auteurs n'ont pas exposé des planches mais des créations originales, pensées pour le volume du lieu d'exposition.

La galerie contribue à rapprocher des artistes au sein d'une même exposition, qu'ils soient ou non praticiens du même médium. La galerie Huberty et Breyne, à Bruxelles, organise des expositions qui mettent en dialogue un auteur de bande dessinée et un plasticien qui crée des œuvres pour la circonstance. En 2014, les dessins de Marc Michetz, auteur de bande dessinée passionné par la culture japonaise traditionnelle, voisinaient ainsi avec les œuvres de l'artiste Éric Liot, davantage nourri par l'iconographie manga.



Il est aussi fréquent que des artistes soient exposés ensemble, réunis par le biais de leur participation à un collectif (l'Oubapo chez Anne Barrault), par la proximité de leur style ou des thèmes qui les préoccupent. En 2012, Daniel Maghen exposait ensemble des œuvres de Christophe Dubois et Franck Bonnet, tous deux férus de dessin maritime. Ces liens que tissent les galeries dans (et entre) le monde de la bande dessinée et le monde de l'art ne se limitent pas aux artistes. Grâce aux vernissages et dédicaces qu'elles organisent, les galeries sont devenues des lieux de sociabilité à part entière pour que se rencontre le monde de la bande dessinée dans son hétérogénéité : auteurs, galeristes, acheteurs, critiques, chercheurs, lecteurs...

Dans la droite ligne de ces remarques, on pourrait craindre, en même temps que certains éditeurs, que les galeries contribuent à éloigner les auteurs de leur pratique originelle en leur offrant, par ce type de commandes, des débouchés plus immédiats et plus rentables. Ce sont des critiques que soulèvent par exemple les choix de Nicolas de Crécy et d'Enki Bilal, qui se sont éloignés de la bande dessinée au profit du dessin et de la peinture. La collaboration avec une galerie n'exclut pourtant pas de cumuler les deux activités, voire de revenir au récit séquentiel. Depuis 2008, la galerie Daniel Maghen édite des livres d'art et d'illustrations mais également... des albums de bande dessinée qu'elle commande à ses artistes. Preuve que les galeries peuvent parfois ramener à la bande dessinée plus qu'elles n'en éloignent.

Marion Lejeune

Bibliographie

Barroux, David, « Quand la bd investit le marché de l'art », *Les Échos*, mis en ligne le 27 janvier 2012 ; URL : http://www.lesechos.fr/27/01/2012/LesEchos/21111-031-ECH_quand-la-bd-investit-le-marche-de-l-art.htm / Bellefroid, Thierry (dir.), *L'Âge d'or de la bande dessinée belge. La collection du musée des Beaux-Arts de Liège*, Bruxelles : Les Impressions Nouvelles, 2015. / David, Christian, « Marché de l'art : mine de rien, la BD cartonne », *L'Expansion*, mis en ligne le 29 juillet 2014 ; URL : http://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/marche-de-l-art-mine-de-rien-la-bd-cartonne_1555067.html / Daures, Pilau, entretien avec la galeriste Anne Barrault, mis en ligne en mars 2012 ; URL : <http://www.du9.org/entretien/des-auteurs-de-bande-dessinee/> Groensteen, Thierry, « Transversalité du dessin sur la scène contemporaine », revue en ligne *NeuvièmeArt*, publié le 2 avril 2010 ; URL : http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?page=blog_neufetdemi&id_article=187 / Marsan, Marie-Claire, *La Galerie d'art*, Filigranes, 2011. / Pasamonik, Didier, « Doutes et malaise après

la fermeture surprise de la Gallery », *Actuabd*, mis en ligne le 20 janvier 2012 ; URL : <http://www.actuabd.com/Doutes-et-malaise-apres-la> / Picaud, Manuel F., « Concurrence accrue des galeries à Paris », *Auracan*, mis en ligne le 26 octobre 2013 ; URL <http://auracan.com/Indiscretions/529-concurrence-accrue-des-galeries-bd-a-paris.html> / Pietralunga, Cedric, « Marchand de bulles », *M le magazine du Monde*, mis en ligne le 31 janvier 2014 (accès restreint).

Corrélat

[exposition](#) - musée - [planche originale](#)