

JEAN-CHRISTIAN DAVEAU LE NOUVEAU PRÉSIDENT DU VILLAGE SUISSE

À 68 ans, Jean-Christian Daveau a déjà expérimenté plusieurs vies. Il a commencé par suivre des études de biologie tout en réparant des pendules et des horloges anciennes pour gagner un peu d'argent de poche : « C'est ainsi que je me suis retrouvé dans les antiquités ». En 1971, il installe une boutique généraliste au sein du Village suisse : bronzes, arts asiatiques, mobilier XVIII^e et XIX^e... « À partir de 1985, je me suis progressivement spécialisé dans les arts décoratifs des années 1920-1935. Le marché était encore balbutiant sur cette période. J'ai aussi proposé de plus en plus de sculptures, ma passion depuis toujours. » En 1995, il décide donc de dédier la galerie Paris Manaus à cet art du volume avec une sélection centrée sur la première moitié du XX^e siècle : François Pompon, Roger Godchaux, Rembrandt Bugatti, Alfred Janniot, Paul



© DR

Landowski, Lucien Gibert... Jean-Christian Daveau reconnaît une prédilection pour les artistes voyageurs, qu'ils soient africanistes ou bien orientalistes. Expert en sculpture, dessins et tableaux animaliers des années 1880-1970, il aime chiner en province ou à l'étranger, notamment en Belgique. Aujourd'hui, il a vendu plusieurs affaires, même s'il garde sa galerie historique, ce qui lui donne plus de disponibilité pour sa nouvelle mission à la tête du comité d'animation du Village suisse. Élu président de l'association début 2016, l'antiquaire souhaite relancer la dynamique de ce haut lieu parisien en misant sur la communication. Le site Internet a été entièrement refondu il y a un mois et une grande fête est prévue pour septembre. Priscille de Lassus



© Thierry de Maigret

THIERRY DE MAIGRET LE GOÛT DES COLLECTIONS

Sa dernière vente néoclassique a déjoué les pronostics en affichant de très beaux résultats. Il s'agissait de la succession de Jacques Goujon, célèbre restaurateur de bois doré, avec une jolie série de cadres et d'objets d'art dispersée en février dernier. Il y a ensuite eu la collection de Madame M au mois de mai avec notamment une chambre à coucher de Leleu et de nombreuses pièces d'art islamique. « Le cœur de mon activité c'est la découverte », témoigne Thierry de Maigret. « Il existe encore de très beaux ensembles malgré le pessimisme ambiant de la profession. Au cours de ma carrière, j'ai vu des collections absolument extraordinaires ! » Établi à Paris depuis 2001, le commissaire-priseur travaille avec une douzaine de collaborateurs. Sa particularité tient dans le traitement des collections : « J'aime le contact avec les familles et la mise en valeur des objets à un moment où ils changent de main ». La maison pratique également des ventes généralistes avec deux spécialités récurrentes que sont les armes anciennes et le vin, « par goût personnel pour tout ce qui est bon et beau ». L'homme manifeste un réel enthousiasme pour son métier : « Beaucoup regrettent que le mobilier XVIII^e ne vaille plus rien. Je préfère dire que les choses se distribuent différemment. Aujourd'hui, la potiche a le prix de la commode autrefois ». Pour se démarquer, Thierry de Maigret mise sur la confiance et l'attractivité du catalogue : « J'ai tendance à donner des prix très raisonnables pour faire venir les clients qui se battent ensuite aux enchères. Cela ne sert à rien de faire rêver les vendeurs si on n'obtient pas de résultat à l'arrivée. La semaine dernière, toutes les pièces sont parties ». P. de L.

MARTIN BÖHM L'HOMME QUI EXPORTE LE DOROTHEUM

C'est une véritable institution que dirige Martin Böhm au cœur de la ville de Vienne. Fondé en 1701 par l'empereur Joseph I^{er}, le Dorotheum était à l'origine une maison de prêt sur gages et de ventes aux enchères. La privatisation de 2001 a permis à des investisseurs privés d'entrer au capital de l'entreprise pour donner un nouveau souffle à cette respectable vieille dame, qui restait encore propriété de l'État autrichien. Martin Böhm en faisait partie, il n'avait pas encore 40 ans : « Je viens d'une famille de l'industrie textile qui compte beaucoup de collectionneurs » explique cet économiste de formation, passionné d'art et d'histoire. « J'ai vendu toutes mes compagnies pour venir ici. » Prestigieux, l'établissement compte 550



© Dorotheum

employés et une cinquantaine de départements. Il organise environ 600 ventes par an avec en plus des magasins de détail d'antiquités répartis sur tout le territoire national. « Nous avons voulu moderniser cette maison en ouvrant par exemple des bureaux en Angleterre ou en Allemagne. Nous avons également une représentante en France et nous souhaitons renforcer notre positionnement dans ce pays. Aujourd'hui, sur les grandes ventes, 80 à 90 % des clients sont étrangers. » Le 31 mai dernier, un tableau de James Ensor, *Le Baptême des masques*, est ainsi parti à 1 022 500 € : « Nous sommes très contents de cette réussite. En même temps, nous tenons à garder le charme et le caractère du Dorotheum avec toujours d'excellents spécialistes ». Et de conclure : « Quand on a la chance de faire ce que l'on aime, cela rend très heureux ». P. de L.



© Barneby's

PONTUS SILFVERSTOLPE LES INTUITIONS GAGNANTES DE BARNEBYS

« Nous voulons devenir le Google du marché de l'art. » Pontus Silfverstolpe affiche tranquillement ses ambitions pour Barneby's, l'entreprise qu'il a créée en 2011 avec Christopher Barnekow. Le moteur de recherche suédois a déjà pris une dimension internationale en s'implantant en Grande-Bretagne en 2013, puis en Allemagne, en France, en Espagne, aux États-Unis et dernièrement en Chine. L'internaute peut y trouver toutes sortes d'objets : des bijoux, des montres, des peintures, des céramiques, des meubles, du vin, etc. « Nous avons même des Picasso ! » Le site ne vend rien en propre, il centralise les offres des maisons de ventes. « Nous cherchons à toucher un nouveau public, ceux qui veulent acheter mais ne savent pas comment trouver l'objet qu'ils recherchent car cela leur semble trop compliqué par le biais des circuits traditionnels » explique ce professionnel riche d'une expérience de vingt ans dans le marché de l'art. « Nous proposons aux gens un moyen plus simple, plus sympathique, plus transparent aussi, pour qu'ils se sentent en sécurité. Il faut assurer la relève des collectionneurs classiques. Je crois que la jeune génération est très intéressée mais qu'elle manque d'accès à l'information. » L'homme se fait donc pédagogue. Il vulgarise volontiers sa science dans des livres, des magazines et même une émission de télévision. À titre personnel, Pontus Silfverstolpe reconnaît des goûts éclectiques qui marient le mobilier Louis XIV aux œuvres du *street art*. À l'avenir, il souhaite développer la présence de Barneby's dans les pays déjà investis, notamment la France qui représente aujourd'hui 6 % du marché global. P. de L.