



Les collectionneurs

Ces jeunes collectionneurs qui font exploser le marché de l'art coréen.

Léa Baron

Ils ont moins de 40 ans, sont riches et ont un nouveau hobby : collectionner des oeuvres d'art, contemporaines de préférence. Ces nouveaux collectionneurs sud-coréens bouleversent le marché de l'art dans le pays et attirent des galeries du monde entier.

Crédit : OPNNG

À GAUCHE À l'entrée du restaurant OPNNG à Séoul, l'œuvre de Je Yeoran, « Usquam Nusquam » (2016) devant laquelle les clients ne manquent pas de se prendre en photo.

CI-DESSOUS Portrait de Junsob Shim dans son restaurant OPNNG de Séoul où il expose une partie des 150 œuvres d'art de sa collection.



Le plus connu dans le monde, c'est lui : Kim Namjoon, ou RM pour les fans de BTS. Le rappeur et leader du groupe de K-pop collectionne tableaux, céramiques et sculptures depuis plusieurs années. Grand fan du peintre coréen Yun Hyong-keun, il possède aussi des œuvres d'artistes étrangers cotés comme Roni Horn, Ugo Rondinone ou encore Joel Shapiro. Cette *Idol* férue d'art partage régulièrement ses acquisitions sur son compte Instagram suivi par plus de 44 millions de personnes. On le voit aussi souvent écumer expositions, musées, galeries et foires d'art partout où il va. C'est d'ailleurs lors d'une tournée aux États-Unis en 2018, que sa passion pour l'art se réveille quand il visite l'Art Institute de Chicago. « *Regarder ces œuvres d'art, c'était une expérience incroyable* », confiait-il l'année dernière au New York Times.

Kim Namjoon, 28 ans, est emblématique de cette génération MZ de collectionneurs (Millennials + Génération Z, nés entre 1985 et 2005) qui a émergé dans le pays. Elle vient bousculer les habitudes du marché de l'art sudcoréen jusque-là phagocyté par une élite ultra riche, dans la soixantaine, qui collectionne toujours les mêmes grands noms de l'art.

Ces trentenaires débarquent dans les foires d'art du pays en 2016. « *C'est la génération qui gagnait le plus d'argent* », explique Henna Joo. Elle est professeure associée à l'université Hongik et autrice du rapport *Analyse des collectionneurs d'art coréens Millennials et de la génération Z*. Pour son enquête, elle a interrogé plus de 1300 collectionneurs. « *Ils ont commencé à acheter activement. Progressivement, ils sont devenus les principaux acheteurs du marché. Au début, ils choisissaient surtout de jeunes artistes étrangers contemporains pas forcément connus et pas trop chers.* »

Cette génération qui a fait des études, s'enrichit, voyage, parle anglais, et s'ouvre à la culture occidentale, trouve dans l'art, pour certains, une nouvelle forme d'investissement. Et ils dépensent beaucoup. D'après le rapport de la professeure Henna Joo, les plus gros acheteurs de la génération MZ — 53 % sont des femmes — ayant un revenu annuel de 200 000 euros, acquièrent en moyenne 20 œuvres par an. C'est le double de ce que leurs aînés achetaient jusqu'à présent. Et ils déboursent entre 10 000 et 45 000 euros par pièce.

Le Covid a amplifié le phénomène. Après avoir économisé pendant deux ans, les jeunes collectionneurs achètent frénétiquement. Le marché de l'art coréen atteint 659 millions d'euros en 2021. Et l'année dernière, il dépassait même les 714 millions d'euros, selon un récent rapport du

Korean Arts Management Service (KAMS). Du jamais vu.

Pour certains, c'est un investissement financier qui change des actions ou de la cryptomonnaie instable, et plus accessible que l'immobilier, dont les prix ont flambé. Leur budget semble parfois sans limites. « *Je dépense tout mon argent!* », nous répond dans un éclat de rire Junsob Shim, un chef d'entreprise de 39 ans. « *Je me fixe un montant à ne pas dépasser, mais je ne le respecte jamais. La première fois que j'ai acheté une œuvre de l'artiste coréen Park Seo-Bo, j'ai déboursé 30000 dollars, alors que j'espérais ne dépenser que 20000. Tant que j'ai de l'argent, j'achète.* » Tout ce qui lui importe, c'est d'obtenir l'œuvre d'art désirée.

Même s'il a toujours eu l'âme d'un collectionneur, il n'avait encore jamais acheté d'œuvre d'art. Tout est parti d'un coup de foudre. « *En 2018, j'ai vu un tableau du Coréen Lee Bae de loin, lors d'une foire d'art à Séoul. C'était juste un trait noir tracé en spirale* », nous dessine Junsob Shim sur son téléphone. « *Une telle énergie se dégageait de cette œuvre que j'ai été attiré vers elle.* »

À l'époque, impossible pour lui de l'acheter, car elle était « trop chère ». Il se fait alors une promesse : « *lorsque je serai plus riche, j'achèterai de l'art contemporain* ». Même si sa mère peint et qu'il a toujours vu des tableaux chez ses parents. Même s'il a travaillé auparavant dans l'industrie de la mode où il a côtoyé des artistes. C'est cette rencontre avec l'œuvre de Lee Bae qui réveille son goût immodéré pour l'art et fait naître son projet de collection.

Aujourd'hui, il possède plus de 150 œuvres, majoritairement d'artistes coréens. Il en expose une dizaine dans son bar-restaurant OPNNG à Gangnam. En 2021, le businessman a ouvert ce lieu haut de gamme et intimiste classé au guide Michelin, après avoir quitté la mode. Les clients peuvent y admirer notamment de grandes toiles « *que je n'ai pas la place de mettre chez moi* », explique Junsob Shim avec un large sourire. Vêtu de couleurs chatoyantes, ce trentenaire dynamique nous présente sa collection avec un grand enthousiasme. Une œuvre de l'artiste coréen de renom Lee Ufan qui trône à l'entrée est devenue la signature du lieu. Le reste de l'accrochage change en fonction des saisons et invite ainsi les clients à revenir.

Son objectif? « *Rassembler de grands artistes coréens modernes et contemporains, mais aussi de jeunes artistes talentueux avec lesquels je suis ami. Je les soutiens en achetant leurs œuvres.* »

Pour choisir ses futures acquisitions, Junsob Shim se nourrit des conseils de galeristes, de spécialistes de ventes aux enchères ou d'autres collectionneurs. « *Je vais également*



Crédit : courtoisie de la galerie Jason Haam, photographie de Sang Tae Kim

CI-DESSUS Portrait de Jason Haam propriétaire de sa galerie éponyme et collectionneur d'art de 32 ans.

des expositions. J'étudie l'art et les artistes pour avoir une idée précise de ce que je vais acheter. »

D'autres se renseignent sur YouTube ou Instagram, où ils découvrent de nouveaux artistes et font parfois leur marché, en entrant directement en contact avec les galeries étrangères. Ils achètent principalement dans les foires d'art pour pouvoir comparer, dans les ventes aux enchères où les prix sont clairs et dans les galeries quand ils apprécient un artiste en particulier.

Les collectionneurs qui ont moins d'expérience ou de connaissances vont être aussi influencés par les jeunes célébrités qui partagent leurs acquisitions sur les réseaux sociaux. « *Avant, c'étaient les artistes exposés dans les plus grands musées ou achetés par d'importants collectionneurs qui voyaient leur prix flamber* », observe l'autrice du rapport Henna Joo. « *Aujourd'hui, ce qu'achètent les célébrités devient aussi un argument marketing pour les galeries et les spécialistes de l'art.* »

Pour les autres qui veulent gagner en expertise, des conférences sur l'histoire de l'art sont aussi organisées par des galeries d'art. « *Des collectionneurs enthousiastes créent*

des groupes d'étude et partagent des informations sur les expositions, les foires, les biennales», observe Jihyung Park, commissaire d'exposition de la galerie ThisWeekendRoom à Séoul. Elle aussi a vu arriver massivement ces clients d'un nouveau genre : «*Ils viennent généralement de milieux professionnels différents. Ils peuvent être spécialistes du marketing, analystes, designers ou influenceurs !*»

Si certains de ces nouveaux riches achètent de l'art pour investir, d'autres le font aussi pour «*frimer, exhiber leur fortune et afficher un style de vie plus sophistiqué*», remarque Henna Joo. «*Mais beaucoup disent aimer la culture, sont plus ouverts d'esprit que la génération précédente, curieux, et ont soif d'apprendre.*»

Plutôt que de placer leur argent dans une voiture, un appartement ou un produit de luxe, «*ils veulent vivre avec l'art*», nous raconte Jason Haam dans sa galerie éponyme installée à Seonbuk-dong, un quartier aisé de Séoul. «*Ils veulent faire partie d'une communauté. Ici, tout le monde*

se compare aux autres. Ils se demandent qui a la meilleure éducation, la meilleure maison. L'art est le meilleur outil pour se démarquer et s'exprimer.»

Ce brillant et ambitieux galeriste de 32 ans sait de quoi il parle. Il n'était pas destiné à travailler dans ce milieu, même si sa mère est «*une femme au foyer, riche, passionnée par la collection d'art*». Son père est dermatologue, sa sœur dans la Silicon Valley, ses amis en médecine ou professeurs. Après le lycée en Suisse, il poursuit des études d'ingénieur sur les semi-conducteurs dans une école de la Ivy League aux États-Unis. Et puis, c'est la révélation : «*j'ai rencontré les artistes et je me suis dit que c'était ça mon peuple. J'ai pensé que si je pouvais vivre de l'art et réussir, faire de l'argent, je voulais faire ça*». Il ouvre sa galerie en 2018. Soit 5 ans après avoir acheté sa première œuvre d'art à New York, pour sa mère, alors qu'il n'avait que 23 ans.

Il va ensuite commencer à servir d'acheteur pour les amis de ses parents. Et toucher des commissions au passage, avant de véritablement se professionnaliser. Il vend aujourd'hui principalement des artistes contemporains étrangers, mais tend à promouvoir davantage d'artistes coréens. Son activité de galeriste nourrit sa propre

CI-DESSOUS Installation dans la galerie Jason Haam en 2019 intitulée « Sarah Lucas: Supersensible, Travaux de 1991-2012 »



© Sarah Lucas, Crédit : courtoisie de la galerie Jason Haam, photographie de Sang Tae Kim



© Teo Yang Studio

aujourd'hui plus de 100 œuvres. Il a déjà dépensé un million et demi de dollars pour une peinture. « *C'est beaucoup d'argent pour moi* », reconnaît-il en souriant, sans vouloir révéler la pièce la plus chère de sa collection.

S'il mise sur l'art contemporain, c'est parce que cela parle à ses clients. « *C'est ce qui leur est accessible*, explique Jason Haam. *Ces jeunes conduisent des Ferrari, écoutent BTS et utilisent Samsung... Ils ne veulent pas acheter de peinture à l'encre. Ils veulent se reconnaître dans l'art qu'ils achètent.* »

Vu le marché coréen prospère, pas étonnant que les galeries internationales de renom comme Perrotin, Pace, ou Thaddaeus Ropac ouvrent des succursales à Séoul. Et Frieze, la célèbre foire britannique d'art contemporain, a même décidé l'année dernière de se lancer dans la capitale. Elle devrait se tenir 5 ans d'affilée. La première édition a accueilli 119 galeries de 21 pays et attiré 70 000 personnes. « *Nous avons vu de jeunes collectionneurs d'art en force*, assure Patrick Lee, directeur de Frieze Séoul. *Il y a une très forte culture de la collection qui évolue en Corée et une grande partie de cela vient de*

CI-DESSUS Teo Yang a transformé son hanok du Bukchon Village en véritable musée. Sur la photo, une œuvre de l'artiste coréen de renom, Lee Bae, accrochée dans le salon.

la génération MZ, dont la connaissance de l'art contemporain se développe rapidement. »

Teo Yang fait partie de ceux-là. Il y a d'ailleurs acquis deux œuvres de l'artiste britannique Simon Fujiwara. Au fond d'une impasse du charmant Bukchon village à Séoul, ce collectionneur de 42 ans a transformé son magnifique *hanok* du XVIII^e siècle en véritable musée. Chanel y a d'ailleurs récemment photographié la chanteuse Jennie de Blackpink pour une campagne publicitaire. Et la place manque pour exposer la cinquantaine d'œuvres qu'il possède.

Teo Yang vit entouré d'art depuis son enfance. Ses parents collectionnaient déjà des Chagall, des Basquiat et du



© Teo Yang Studio

CI-DESSUS Dans la salle à manger, Teo Yang a choisi de mettre en valeur une œuvre du Britannique Olivier Beer.

meubler vintage. Lui-même a étudié l'art et le design aux États-Unis avant de devenir un architecte d'intérieur de renom en Corée du Sud.

Dans son studio-résidence qu'il a entièrement rénové, ses clients, proches et visiteurs découvrent au fil des pièces des œuvres de Kiki Smith, Olivier Beer, Zhao Zhao, Jean-Michel Othoniel, Lee Bae ou encore Lee Ufan. Que des grands noms de l'art contemporain coréen et étranger qu'il choisit avec attention. « La mission et la philosophie de l'artiste doivent trouver un écho en moi. Je ne fais pas de choix uniquement en fonction de l'esthétique », explique-t-il. « The Line de Lee Ufan est la pièce la plus chère et ma préférée »,

en dévoiler la valeur. « Je pourrais m'asseoir des heures pour l'admirer. »

Et il ne manque jamais de la montrer à ses visiteurs. Une manière de partager l'art. Dans une interview à The Art Basel podcast, Kim Namjoon de BTS confiait vouloir créer un musée avec sa collection. C'est aussi le projet de Junsu Shim. D'ici 5 à 10 ans, le chef d'entreprise compte transformer l'immeuble qui abrite son restaurant en un lieu d'art destiné aux touristes du monde entier. « Un artiste que j'admire disait un jour que ce n'est pas l'artiste qui écrit son nom dans l'Histoire de l'art, mais les collectionneurs. »

En achetant davantage d'œuvres d'artistes coréens, cette génération MZ pourrait bien faire émerger un peu plus la scène artistique nationale. « Dans le monde entier, nous constatons que les artistes coréens font l'objet d'un intérêt beaucoup plus grand et d'une meilleure compréhension de leur travail », assure Patrick Lee, le directeur de Frieze Séoul. Après les K-drama, la K-food, la K-pop, le K-art pourrait-il conquérir le monde? ❀