SALON INTERNATIONAL
D'ART CONTEMPORAIN

DOSSIER DE PRESSE

Visuel : Adrien Caby

LES RENDEZ-VOUS 2020/2021

(attention nouvelles dates)

PARIS – CARROUSEL DU LOUVRE
23 AU 25 OCTOBRE 2020

DEAUVILLE – C.I.D
30 OCTOBRE AU 1ER NOVEMBRE 2020

///

DEAUVILLE – C.I.D
3 AU 5 AVRIL 2021

PARIS – CARROUSEL DU LOUVRE
9 AU 11 AVRIL 2021

LA BAULE – CENTRE DE CONGRÈS ATLANTIA
22 AU 24 MAI 2021

BIARRITZ – CASINO
10 AU 14 JUILLET 2021

PARIS – CARROUSEL DU LOUVRE
22 AU 24 OCTOBRE 2021

SOMMAIRE

ART SHOPPING, LES CLÉS DE LA RÉUSSITE.
ÉDITO DE MYRIAM ANNONAY-CASTANET

**ART SHOPPING,
PLUSIEURS RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLES
À PARIS ET EN RÉGION**

UNE EXPÉRIENCE UNIQUE

**UN ADN PARTICULIER QUI RENFORCE
LE POSITIONNEMENT PÉRENNE DU SALON**

**ART SHOPPING :
UN PARI AUDACIEUX
POUR UN « BUSINESS CONVIVIAL »**

**AU CŒUR
DES NOUVELLES PRATIQUES
DE CONSOMMATION D'ART**

LES CHIFFRES-CLÉS

**ART SHOPPING,
UNE ALTERNATIVE AUX RENDEZ-VOUS
PLUS TRADITIONNELS**

**ART SHOPPING:
UN SUCCÈS PARISIEN ET RÉGIONAL**

VIVRE AVEC L'ART
LES CONSEILS DE PATRICK LE FUR, CRITIQUE D'ART

CONTACTS PRESSE

ART SHOPPING, LES CLÉS DE LA RÉUSSITE

ou comment apprehendez l'art autrement !

ART Shopping a pour objectif fondateur de replacer la convivialité et la relation public/artiste/galerie au centre du projet, en mettant en lumière l'influence déterminante du salon dans la promotion, le partage, la rencontre et l'exploration de la scène artistique française et internationale.

Sur chaque édition d'ART Shopping, à Paris ou en région, nous nous engageons à vous proposer une expérience forte à travers nos différentes propositions curatoriales et rendez-vous tels que les performances live, les corners thématiques, les rencontres privilégiées avec les artistes…

Plus de 12 ans déjà qu'existe ART Shopping, je suis toujours si enthousiaste, émue par le travail accompli par nos équipes, les partenaires impliqués au fil des années et par la confiance que nous accordent les artistes et les professionnels de l'art.

Cette année, et plus que jamais depuis la création du salon, notre but est de continuer à affirmer et consolider notre volonté d'opérer en tant que plateforme de découverte, « révélatrice de talents » et tournée vers le « business convivial ».

Aujourd'hui, ART Shopping c'est deux rendez-vous annuels à Paris (en mai et en octobre) et trois rendez-vous en région, à Deauville, La Baule et Biarritz. Autant d'occasions de renforcer notre volonté de se démarquer et de sensibiliser tant le public local que les habitués de ces destinations.

Dans un esprit de décloisonnement, ART Shopping se revendique ainsi d'une réflexion radicale nécessaire à l'expérimentation et à la découverte, tout en mettant l'accent sur la pluralité des approches artistiques que soutiennent nos exposants, artistes et galeries.

C'est en confirmant ce lien si précieux avec notre public toujours plus nombreux et en en assumant notre positionnement audacieux que le salon ART Shopping continue de peser sur l'environnement artistique et une nouvelle façon de consommer l'art avec plaisir.

Myriam Annonay-Castanet
Directrice d'ART Shopping.

ART SHOPPING, PLUSIEURS RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLES À PARIS ET EN RÉGION

Depuis plus de 12 ans, le salon international d'art contemporain ART Shopping s'installe deux fois par an au Carrousel du Louvre à Paris et aujourd'hui en région, à Deauville, Biarritz et La Baule, où le bouillonnement culturel est important et en pleine évolution.

Fondé en 2007, ART Shopping est un salon précurseur dans l'offre artistique haut de gamme à prix abordable.

Accessible, éclectique, vivant, audacieux, le salon s'impose comme une étape internationale incontournable pour les artistes et galeries d'art contemporain, toujours plus nombreux à lui renouveler leur confiance au fil des éditions.

Privilégiant une approche accessible et ouverte à tous les médiums artistiques, les différentes éditions du salon ART Shopping réunissent en tout plus de 2 000 artistes et galeries d'art et près de 50 000 visiteurs sur l'année 2019.

UNE EXPÉRIENCE UNIQUE

ART Shopping cultive sa différence, celle d'être un salon international pensé entièrement pour les artistes et le public.

Tourné vers la découverte, il met l'accent sur la rencontre « artiste / public » tout en explorant la scène contemporaine actuelle.

ART Shopping se remet en question chaque année pour rester cohérent avec les mutations du marché et le nouveau comportement des acheteurs et collectionneurs.

Pour les organisateurs, l'art est une question d'envie, de sensation, pas nécessairement de savoir ou de culture. Les visiteurs découvrent de nouveaux artistes, vivent en direct une expérience unique et succombent au coup de cœur.

Le public a un rôle clé au sein de l'Expérience « ART Shopping ». Chacun peut acquérir des œuvres « simplement » et peut également échanger avec les artistes et les galeristes venus du monde entier.

L'expérience se caractérise par l'émotion, le plaisir, les réactions que suscite une œuvre d'art, une ambiance qui suspend le temps - une sorte de bulle artistique de 3 jours.

Toutes les disciplines y sont représentées: peinture, photographie, art numérique, sculpture, street art…

Autant de supports et techniques qui donnent une véritable approche de la scène contemporaine actuelle.
Une occasion unique pour les amateurs de s'intéresser à l'art et de susciter l'expérience sensible chez le spectateur.

Tout est en place pour faciliter cette expérience : un parcours de la foire « presque » personnalisé, l'emballage gratuit des œuvres, un espace de restauration surprenant et convivial…

UN ADN PARTICULIER QUI RENFORCE LE POSITIONNEMENT PÉRENNE DU SALON

Rendre l'art accessible à tous ?

Belle promesse, souvent énoncée et rarement tenue. Pourtant, les grandes manifestations comme les plus modestes attirent les visiteurs, les musées battent des records d'entrées et les artistes sont toujours plus créatifs.
Toutefois, ce marché est encore tenu par quelques mastodontes qui en tracent les lignes et frontières.

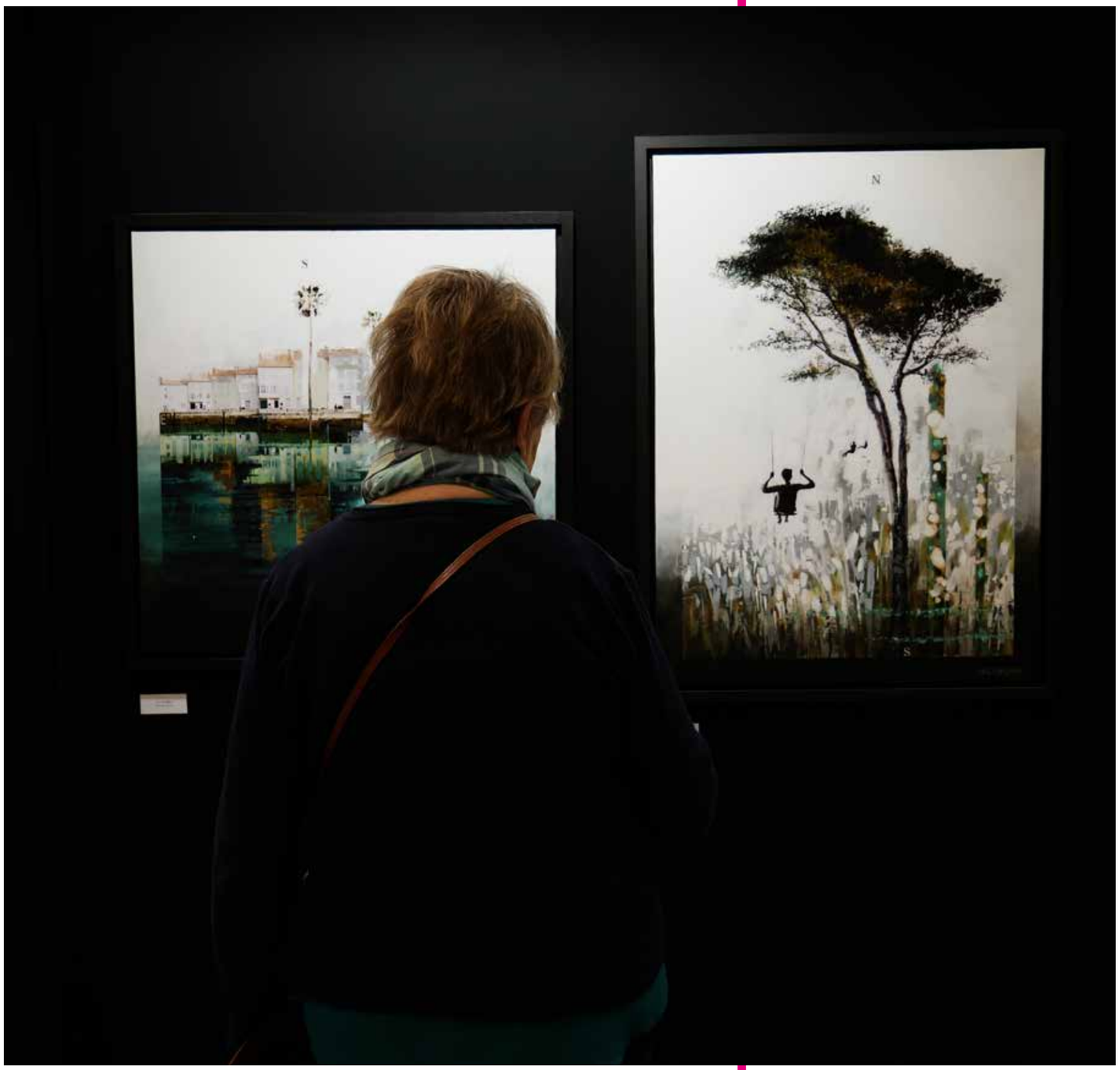
Dans ce contexte, le positionnement d'ART Shopping se veut éclectique, il offre un large panel de l'art contemporain d'aujourd'hui, et une mise en relation directe entre artistes, galeries et amateurs d'art.

Le credo du salon ?

Permettre des rencontres avec les artistes de manière conviviale, proposer des prix abordables pour des achats coups de cœur et ainsi rendre accessible la culture et l'art à un large public.

ART Shopping est avant tout l'occasion de vivre l'art, d'échanger mais surtout de réveiller sa créativité !

La pérennité du salon repose notamment sur sa proposition d'offrir un accès décomplexé et facile à l'art contemporain avec des œuvres d'art authentiques et originales à des prix abordables.



ART SHOPPING : UN PARI AUDACIEUX POUR UN « BUSINESS CONVIVIAL »

Tourné vers la convivialité et la démocratisation de l'acte d'achat, le salon s'impose également comme « Révélateur de talents » ; les artistes émergents participent à ART Shopping d'abord pour se faire connaitre auprès de leurs pairs et des collectionneurs, ils ne cherchent pas nécessairement à vendre tout de suite. Mais cette visibilité naissante leur permet de se faire remarquer auprès de galeristes et des collectionneurs.

Pour les exposants, fidèles de la première heure ou premières participations, ART Shopping est LE rendez-vous idéal pour rencontrer le public, les acheteurs et se faire de nouveaux contacts avec les institutions et galeries.

« Les artistes et galeries inscrivent ART Shopping comme une étape incontournable dans leur calendrier d'exposition et soulignent la tenue de la foire toujours plus qualitative, créative et adaptée à leurs besoins.

ART Shopping offre une vitrine éclectique et de qualité aux signatures internationales et aux artistes émergents qui voient dans ce salon une belle opportunité de sortir de leurs ateliers.», souligne Stéphane de Boysson, Directeur associé.

ART Shopping constitue une réelle plateforme d'expression et d'exposition pour les artistes et les galeries « nouvelle génération », pour toucher le grand public et les amateurs passionnés, montrer leur travail, se confronter en direct au regard des acheteurs potentiels, et surtout…vendre.

AU CŒUR DES NOUVELLES PRATIQUES DE CONSOMMATION D'ART

Les artistes inscrivent leur talent au cœur d'une époque et multiplient les allusions aux repères de leur génération. Une véritable tendance qui s'exprime depuis le début à ART Shopping, et qui séduit de plus en plus d'acheteurs.

Le salon, par son ADN « rendre l'art contemporain vivant accessible » aussi bien aux artistes, pour s'exposer, qu'aux amateurs pour le découvrir et l'acheter, se devait lui aussi d'être représentatif d'une tendance générationnelle forte en faisant la part belle aux œuvres d'aujourd'hui.

Les Français aiment l'art contemporain, ils sont sensibles à la création et visitent très nombreux les évènements d'art contemporains (foires, salons, expositions muséales…).

Ils aiment, ils n'aiment pas, ils commentent…
mais combien ont osé entrer dans une galerie d'art ? parler au galeriste ? demander un prix ?

ART Shopping casse les codes et ouvre les portes de l'art contemporain à un large public : collectionneurs aguerris, afficionados, familles, jeunes amateurs…

Aujourd'hui, on assiste à une révolution du mode de consommation de l'art contemporain : notre société de consommation privilégie l'achat d'impulsion. Elle a bouleversé le rapport aux objets en créant le plaisir de posséder sans notion de durée, on achète, on jette, on change, on rachète… Le marché de l'art n'échappe pas à la règle pour le grand public.

On peut parler d'achat « pur plaisir », ce qui assure à cette nouvelle tendance une réelle pérennité.

LES CHIFFRES-CLÉS

95% des visiteurs viennent à ART Shopping d'abord pour découvrir des œuvres d'art à prix accessibles et entrer en contact direct avec les artistes de la scène française et internationale.

90% des visiteurs d'ART Shopping viennent pour se sentir au cœur d'une exposition « vivante ».
Ceci grâce à la volonté forte des organisateurs pour faire du salon un lieu de rencontres et de convivialité.

3 visiteurs sur 4 viennent à ART Shopping pour acheter une œuvre d'art.

86% des acheteurs confirment la tendance de l'achat « coup de cœur » : un positionnement que le salon ART Shopping met en avant depuis des années.

Pour **98%** des visiteurs d'ART Shopping, acheter une œuvre d'art est affaire d'envie, de plaisir et de sensation. Pour plus de la moitié (**64%**), l'achat d'art n'est pas réservé uniquement aux connaisseurs et aux élites: un discours fort que le salon ART Shopping soutient depuis sa création.

*Source étude visiteurs – MRCC Goodlink

2 000 artistes et galeries d'art exposés en 2019

50 000 visiteurs accueillis sur 2019

5 éditions du salon à Paris et en région en 2019

3 jours d'exposition pour chaque salon

12 ans d'existence

ART SHOPPING, UNE ALTERNATIVE AUX RENDEZ-VOUS PLUS TRADITIONNELS

L'événement se différencie en tout point des foires traditionnelles. La spéculation n'est pas le maitre mot de ce rendez-vous, les œuvres d'art sont accessibles à tous. Le panier moyen s'élève à 2 800€ environ*.

L'accent est mis sur le coup de cœur et l'achat plaisir et non pas sur la volonté d'investissement.
ART Shopping revendique un modèle de foire conviviale, à taille humaine depuis sa création en 2007. Aujourd'hui, nombreux sont les rendez-vous artistiques qui souhaitent se tourner vers ce style plus accueillant.

En effet, une foire est un passage inévitable pour une galerie ou un artiste qui veut s'ouvrir à un plus large public. Toutefois, elles ont un penchant pour accabler le galeriste ou l'artiste : prix des stands, concurrence acharnée, sous-représentation de la scène contemporaine française, collectionneurs absents…

ART Shopping prend en compte ces obstacles réguliers et s'adapte pour proposer une alternative plus orientée vers la relation public/exposant, avec un parcours sur-mesure, chaleureux et une ambiance sans prétention.

La dimension plaisir est clé ! C'est la première motivation des visiteurs. Elle est directement associée à la découverte d'œuvres à leur portée, à la rencontre des artistes, à l'immersion dans une exposition vivante.

Loin des foires aseptisées et inaccessibles, ART Shopping donne l'opportunité aux visiteurs de pouvoir se faire plaisir et de se laisser séduire par une œuvre. L'achat découle donc d'une expérience sensible : c'est ce qui fait toute la qualité du salon.

*source terminal CB et bons de sortie des œuvres

ART SHOPPING: UN SUCCÈS PARISIEN ET RÉGIONAL

Depuis 2018, les organisateurs du salon ART Shopping ont décidé de s'installer en région. D'abord à Deauville, puis à la Baule et Biarritz dès 2019.

Fort de son succès depuis sa création à Paris (2007), au Carrousel du Louvre, ART Shopping se délocalise vers des lieux de villégiature.

Le salon ne souhaite pas s'installer dans de grandes mégalopoles mais cherche plutôt à essaimer des destinations de villégiatures attirant une population de touristes dans un état d'esprit plus détendu et une ouverture d'esprit différente.

A la demande de lieux prestigieux (CID à Deauville, Palais des Congrès Atlantia à La Baule ou le Casino Biarritz) mais aussi des artistes et galeries en région, ART Shopping se déplace vers son public.

Les trois éditions régionales de 2019 ont confirmé l'engouement du public local avec un succès tant public que marchand, avec une belle affluence et de nombreuses ventes à Deauville, La Baule et Biarritz.

Le salon s'attache à incarner son ambition culturelle, à travers des expositions solo-show, des collaborations et partenariats avec des institutions culturelles régionales ainsi que la mise à l'honneur d'artistes locaux à travers des installations « outdoor » et des performances Live.

Les événements programmés autour du salon permettent d'offrir une expérience immersive dans l'art contemporain et faire vibrer tout une ville au rythme de l'art contemporain et d'ART Shopping.

ART SHOPPING DEAUVILLE, UNE DEUXIÈME ÉDITION SOUS LE SIGNE DU SUCCÈS QUI DONNE LE COUP D'ENVOI DE LA SAISON 2019 !

Le 22 avril dernier se clôturait la deuxième édition d'ART Shopping Deauville avec une fréquentation en hausse ; près de 7 400 visiteurs sont venus découvrir les 80 artistes et galeries exposés au CID Deauville.
Cette multiplication de rencontres entre les artistes et le public témoigne du parti pris d'ART Shopping de ne plus seulement être un salon parisien mais d'aller, au contraire, à la rencontre de son public.

ART SHOPPING LA BAULE #1 UN FORMIDABLE ENGOUEMENT PUBLIC ET MARCHAND.

5 149 visiteurs ont répondu présents pour découvrir les 70 artistes et galeries d'art réunis pour cette édition au Palais des Congrès Atlantia.
« A la fermture, nous avons pu confirmer près d'une centaine de vente, avec un panier moyen à 1 800€. Ce résultat est plus que satisfaisant pour une première édition. Nous avons senti que le public était très investi et épaté par la qualité des galeries et artistes présents sur notre salon. » commentait Myriam Annonay-Castanet, directrice d'ART Shopping.

PARI GAGNÉ POUR LA PREMIÈRE ÉDITION À BIARRITZ. UNE FRÉQUENTATION RECORD, DE NOMBREUSES VENTES ET UN ENGOUEMENT DYNAMIQUE.

Plus de 11 000 visiteurs ont répondu présents pour découvrir les 70 artistes et galeries d'art réunis pour cette édition au Casino Biarritz.
Le public a souligné une édition réjouissante et de qualité, des présentations de grande tenue dans lesquelles on trouvait des oeuvres remarquables, étonnantes et engagées, dont beaucoup étaient accessibles en termes de prix. Nombreux sont les exposants à souligner un dynamisme du marché de l'art en France qui a un véritable écho en région.

LES ÉDITIONS RÉGIONALES D'ART SHOPPING ENCOURAGENT DE VÉRITABLES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES EN LOCAL.

« Les rendez-vous ART Shopping en région ont lieu pendant les vacances scolaires ou pendant les week-ends prolongés. Ces périodes propices nous permettent de toucher aussi un public en villégiature, habitués ou non au salon. Ces stations balnéaires sont également des destinations privilégiées par les Parisiens, en effet, Deauville, La Baule et Biarritz sont situées à quelques heures de la capitale. Nous attendons donc un public mixte, composé de locaux et de personnes de passage. »

Le succès d'ART Shopping en région va bien au-delà du bilan globalement satisfaisant de ses ventes. La foire s'impose comme le nouveau rendez-vous régional de l'art accessible.

VIVRE AVEC L'ART

PAR PATRICK LEFUR

Patrick LEFUR est journaliste généraliste et multi-media depuis de nombreuses années, il a surtout travaillé dans le secteur de la culture, et plus particulièrement des arts plastiques. Il a signé de nombreux articles, très divers, dans la presse généraliste ou spécialisée. Il est notamment collaborateur régulier pour le bimestriel Artension et ses hors-série thématiques. Critique d'art, il est aussi l'auteur d'une vingtaine de livres, dont une dizaine de monographies d'artistes. Il a, de plus, participé à l'élaboration d'expositions et événements artistiques.

S'appuyant sur un des aspects importants du salon ART Shopping : « séduire aussi bien le visiteur en quête d'une œuvre unique qui s'harmonise avec son espace de vie, que le collectionneur averti », le critique d'art Patrick Le fur donne quelques conseils pour, après en avoir acheté, vivre avec l'art.

Ressentir une émotion et apprécier qu'une pièce soit porteuse de sens, bien sûr cela est primordial, mais être séduit immédiatement par une esthétique « évidente », aimer son côté « décoratif », est tout aussi important.
Le qualificatif est souvent teinté d'un peu de mépris; qu'importe, la vie est belle avec l'œuvre que l'on aime… voir chez soi, au quotidien.

1/ Mettre des cimaises sur les murs pour accrocher les tableaux, le plus souvent possible à hauteur des yeux; mais ne pas oublier que les grands formats peuvent être posés au sol. Et même oser des endroits plus inattendus, au cœur d'une cheminée désaffectée par exemple, et même au plafond. Mais ne jamais placer un tableau au-dessus d'un radiateur.

2/ Veiller à l'éclairage de l'œuvre : lumière naturelle, ou, plus généralement, issue de spots à leds.

3/ Ne pas oublier que la sculpture est plus difficile à exposer, dans un petit appartement surtout. Pour l'œuvre en volume, lui laisser de quoi respirer, qu'il y ait de l'espace autour pour (pou)voir jouir de ses trois dimensions : sur une sellette, un meuble.

4/ L'encadrement : selon l'appréciation que l'on a de l'œuvre et donc pas obligatoire…mais recommandé car il la met souvent en valeur. Comme la caisse américaine pour une peinture sur châssis. Sinon, toujours, soignez la marie-louise, le passe-partout: faites vos propres encadrements en jouant sur les dimensions, épaisseurs, matériaux. Evitez les cadres anciens, rococos, baroques, en bois doré (nids à poussière) pour les œuvres contemporaines (mais mettre des tableaux anciens dans des encadrements modernes).

5/ Toujours penser « déco ». Selon son style, l'ambiance de la maison, en associant ou harmonisant les œuvres achetées avec les meubles, le canapé surtout (et es coussins), la couleur des murs, les bibelots ; ou en osant l'opposition totale, le clin d'œil, l'humour.

6/ Selon l'espace dont on dispose, et ses trésors (ou collections) jouer la carte (mini) cabinet de curiosité, méli-mélo, en regroupant des objets divers, chinés, placés sur une console ou un manteau de cheminée par exemple, devant un tableau accroché au mur.

7/ Veillez à l'importance de la présentation : une grande et belle œuvre, seule, « libre » sur un mur, c'est toujours bien. Cette exposition peut être aussi envisagée selon l'alignement : œuvres sous cadre présentées horizontalement ou verticalement (3 au moins). Ou dans la densité, sur tout un mur (ou un espace délimité) en mélangeant tout autant la taille, le genre et le matériau des cadres, que le genre de œuvres. Osez rapprocher un tableau figuratif avec un autre plus abstrait ; une pièce d'esprit surréaliste non loin d'une autre relevant du pop art ou de l'art urbain.

Tout est possible. Testez, changez, osez, rêvez !

L'image référente d'ART Shopping est un code barre : l'ouverture d'esprit est de mise !
Le code barre est le symbole même de la consommation et la preuve d'achat.
Ici, il prouve bien le non-tabou du prix des œuvres d'art et l'ouverture d'esprit autour de l'acte lui-même.
Ainsi, à ART Shopping, on cède au coup de cœur : chacun peut s'offrir et offrir de l'art s'il le souhaite.
On ne cache rien et on parle librement de l'achat d'art, du « Art shopping ».

ART SHOPPING

SALON INTERNATIONAL
D'ART CONTEMPORAIN

CONTACTS PRESSE

AGENCE BÉATRICE MARTINI RP

info@beatricemartini.com
Tél. 06 24 29 68 24 / 09 81 04 45 59
www.beatricemartini.com