

STÉPHANIE MANASSEH (ACCESSIBLE ART FAIR)

# « ON M'APPELLE PEGGY GUGGENHEIM »

Pour le 10<sup>e</sup> anniversaire d'Accessible Art Fair, sa créatrice Stéphanie Manasseh, installe 75 artistes belges et internationaux au Musée Juif de Belgique. Avant une première édition de l'événement à New York en novembre.

**A** une semaine de l'édition 2016 bruxelloise, Stéphanie Manasseh nous donne rendez-vous à l'Ampersand House, vaste et élégante maison particulière de Saint-Gilles, à la fois habitation et lieu d'art. La copropriétaire, l'Australienne Kathryn Smith, fait d'ailleurs partie du comité bruxellois d'AAF qui a sélectionné 75 prétendants parmi plus de 400 dossiers, couvrant les domaines de la peinture, sculpture et photographie.

« Peu importe le parcours, les études ou le C.V. de l'artiste, nous le jugeons sur la qualité de son travail. Et on présente pour la première fois un créateur japonais et aussi une installation, qui prendra place dans la cour du Musée Juif », explique Stéphanie Manasseh (son nom d'épouse), née en 1974 à Montréal de parents juifs marocains ayant immigré au Canada en 1968.

« Ils font partie de cette génération qui a amené la mode en Amérique du Nord, tentée par une autre expérience de pays et de vie après 20 ans passés en Israël. A Montréal, j'étais dans la même école juive orthodoxe que Gad Elmaleh, qui nous faisait beaucoup rire. Mais il y avait là une pression à la conformité que je n'aimais pas du tout. J'ai d'ailleurs épousé un Anglais non-juif et je ne suis pas religieuse (sourire) ».

**Conception internationale de l'art** Intensément méditerranéenne dans sa tenue noire et soleil, cette mère de deux enfants défend une conception féroce-

ment internationale de l'art. Installée à Bruxelles depuis 12 ans, elle découvre initialement une ville « provinciale où aucun lien n'existe entre les expats et la société belge, où seul le magazine *The Bulletin* s'adresse aux anglophones ». Diplômée en éducation de la prestigieuse université montréalaise McGill, Stéphanie Manasseh a bénéficié d'une éducation « libérale » et des travaux d'une mère artiste, ce qui l'a conduite à tisser des liens sociaux via la culture.

« C'était l'intention de la première édition d'Accessible Art Fair, tenue tout près des institutions européennes : s'adresser à une population ouverte, curieuse d'art

**La barre financière des œuvres vendues à l'Accessible Art Fair se situe en dessous des 20.000 euros.**

et avec quelques moyens. » Ici, la barre financière des œuvres vendues à l'AAF se situe en dessous des 20.000 euros, avec cette particularité d'impliquer directement les artistes. « Notre événement se passe sans l'intervention des galeristes, poursuit-elle. Les artistes louent eux-mêmes leur espace et pendant quatre jours, sont accessibles au public pour parler de leurs œuvres. » La médiatisation et la qualité des participants a fait gonfler le

nombre de visiteurs : 10.000 sont attendus cette semaine, contre la moitié lors des précédentes éditions. Occasion pour l'organisatrice de l'événement de contribuer elle-même au marché : « Tous les ans, à ma foire, j'achète une œuvre. On m'appelle Peggy Guggenheim (sourire), cette collectionneuse américaine qui avait une passion pour l'art, achetant des artistes inconnus : chaque année, je trouve toujours une œuvre qui me parle ».

## Entrée sur le marché américain

Stéphanie Manasseh analyse volontiers nos conservatismes culturels et économiques. « Au début, j'ai eu le sentiment que le milieu de l'art bruxellois était un club privé de vieux garçons et qu'il était inconvenant de présenter les artistes n'ayant pas de galeries derrière eux. Une décennie plus tard, le *New York Times* me convie à une conférence intitulée *Art For Tomorrow* au Qatar et la BBC vient m'interviewer. Tant pis pour la vieille Belgique. » Cela est dit sans esprit de revanche aucun mais avec cette confiance en soi typiquement américaine. « Oui, aujourd'hui, je suis un peu ma propre marque, ajoute-t-elle, et c'est une chose qu'on apprend aussi bien à McGill qu'au Canada, ce truc très nord-américain d'oser des choses nouvelles et de foncer. »

En Belgique, l'AAF 2016 bénéficie du sponsoring de Montblanc et de Motor Village, conçu de manière imaginative. « Les premiers ne nous offrent pas seulement de l'argent mais aussi du contenu via le Montblanc Likes Art Award sur Facebook, achetant l'œuvre du vainqueur



PH. CORNET

**STÉPHANIE MANASSEH**  
« Pour l'anniversaire de l'Accessible Art Fair, je voulais m'offrir un petit cadeau. Pas une franchise. Mais une version new-yorkaise de l'AAF. »

« L'intervention de l'investisseuse Maria van Vlodrop, permet de passer d'un budget bruxellois compris entre 30.000 et 50.000 euros à quelque chose de nettement plus conséquent. Je ne veux pas divulguer de chiffre précis mais disons qu'il s'agit de quelques centaines de milliers de dollars. Et d'une société créée sur place en deux jours de formalités administratives... Aux Etats-Unis, il y a maintenant un véritable intérêt pour tout ce qui est belge, d'où l'aide de la Chambre de commerce, de Brussels Airlines et de Neuhaus ».

La version new-yorkaise de l'AAF est également plus longue puisqu'elle s'installe du 1<sup>er</sup> au 25 novembre, les artistes étant présents sur place durant la première semaine. De ses cours d'*art business* pris au Sotheby's londonien, Stéphanie Manasseh a retenu l'idée d'une démarche « organique où les choses se déroulent naturellement, sans courir après l'argent ou la gloire. Nous avons déjà des pistes pour installer une autre AAF dans les Hamptons (*le Knokke new-yorkais, au bout de Long Island, Ndlr*) et il est aussi question de Londres, parce que c'est une ville extrêmement ouverte à l'art contemporain ». A l'AAF de Bruxelles, il sera possible de rencontrer Stéphanie Manasseh qui pratique aussi le conseil artistique en-dehors de l'événement, « même si en Belgique, l'achat d'œuvres d'art n'est plus déductible fiscalement ».

© PHILIPPE CORNET

Accessible Art Fair au Musée Juif de Belgique à Bruxelles, du 22 au 25 septembre, [www.accessibleartfair.com](http://www.accessibleartfair.com)

de ces *awards* pour la placer à la maison mère de Hambourg. Les seconds emmèneront les visiteurs du parking de la place Poelaert au Musée Juif, via leur nouveau modèle de berline, la Giulia d'Alfa Romeo. Là aussi, l'esprit de sponsoring est différent entre la Belgique et New York. Outre-Atlantique, tout se passe beaucoup plus rapidement : les rendez-vous comme les décisions. »

Le grand coup de Stéphanie Manasseh

est bien évidemment d'avoir décroché l'entrée sur le marché américain. « Pour l'anniversaire de l'Accessible Art Fair, je voulais m'offrir un petit cadeau. Pas une franchise, je n'aime pas le mot. Mais une version new-yorkaise d'Accessible Art Fair. De plus dans un lieu magnifique de Manhattan, le National Arts Club, qui existe depuis 150 ans. » L'opération est rendue possible grâce à une partenaire américaine soutenant le risque financier :