

Le magazine sérieusement hédoniste

The Good Life

100% Paris

L'ultime
City Guide



La capitale
de tous
les styles
en 15 looks

BUSINESS
Dans la tête
de Pierre Hermé

ARCHITECTURE
La Fondation Cartier
par Jean Nouvel

MUSIQUE
Virée rue Boyer dans
le studio des stars



Apprendre à voir

Loin du système complexe et figé des galeries commerciales, Amélie du Chalard a conçu une expérience artistique chaleureuse, transparente et décloisonnée. Chic !

Propos recueillis par
Maïa Morgensztern
Photos
Karen Faurie

↓ **Sol Pleureur,**
sculpture
de Benjamin
Foucaud, 2024.



The Good Life : Créée en 2015 à Paris, la galerie Amélie du Chalard – anciennement appelée Amélie Maison d'Art – a cassé les codes des espaces minimalistes alors de rigueur. Pourquoi avoir fait ce choix ?

Amélie du Chalard : Ces « *white cubes* » aseptisés cachait un mode opératoire qui ne me convenait pas. J'ai eu la chance de grandir dans un milieu sensible aux belles choses. Ma mère est sculptrice et ma grand-mère aimait chiner des objets. Je suis aussi passée par une banque d'affaires, où l'expérience était au cœur des événements clients. Le marché de l'art, qui appartient pourtant au monde du luxe, négligeait totalement cet aspect. Il y avait aussi un manque de transparence et de médiation dans les galeries, à part peut-être un texte nébuleux, sans prix indiqués, posé sur le comptoir. Pour les gens qui s'intéressent à l'art mais ne viennent pas de ce milieu-là, c'est rédhibitoire. Je voulais trouver une alternative plus humaine.

Votre concept s'inspire des pratiques des marchands d'art du xvi^e au début du xx^e siècle. Comment est venue l'idée ?

J'ai découvert le livre d'Anne Sinclair, *21 rue La Boétie*, qui raconte l'histoire de son grand-père, le marchand Paul Rosenberg. Il a connu Picasso, Matisse, Braque... Il a accueilli de nombreux artistes et clients chez lui dans une atmosphère chaleureuse et fascinante. En faisant des recherches, je suis tombée sur cette pratique chez d'autres marchands plus anciens. J'avais trouvé mon modèle. →



→ **Au tout début de votre histoire, vous avez opté pour un format hybride, avec des prix affichés sur Internet et une présence physique dans votre appartement du 9^e arrondissement. Comment cela a-t-il été reçu ?**

Le taux de conversion était de 100% ! Les clients repartaient systématiquement avec une œuvre, parce qu'ils avaient eu un coup de cœur préalable suivi d'un échange constructif en face-à-face. Le rapport humain a fait toute la différence. Nous sommes restés sur ce luxe abordable, avec des prix qui oscillent entre 10 000 et 20 000 euros. Il y a aussi un large choix d'œuvres pour quelques milliers d'euros, et cela peut parfois monter jusqu'à 100 000 euros.

Vous avez ensuite déplacé votre espace au 18, rue Séguier, près du quartier Saint-Michel. En quoi est-il différent de votre première adresse ?

Une personne qui débute doit voir beaucoup de choses, sur différents supports, avant de comprendre ce qu'elle aime... et ce qu'elle n'aime pas. Il n'était pas possible de faire cela chez moi. Le site de la rue Séguier a été pensé avec l'architecte Tess Walraven pour guider les collectionneurs. Il dispose d'une partie consacrée aux expositions temporaires et d'une autre pour les accrochages personnalisés, tout en restant un espace chaleureux et habité.

Quel est le profil de vos clients ?

Le bouche-à-oreille a attiré beaucoup de trentenaires à la recherche d'une œuvre avec laquelle ils veulent vivre. Ils ne sont pas dans une démarche de calcul ni d'investissement, mais d'émotion. Nous sommes là pour les accompagner dans leur découverte sur le long terme. Nous avons aussi des collectionneurs aguerris qui cherchent de nouveaux talents.

Vous proposez de nombreux travaux sans référence apparente au monde réel. L'art abstrait est-il plus accessible, selon vous ?

Les travaux que nous sélectionnons stimulent l'imagination et entraînent deux réactions : l'effet optique et l'effet haptique. On est d'abord attiré par une vision, puis vient l'envie de la toucher. Certaines galeries tournent autour de problématiques sociales ou engagées. Notre fil rouge est la matière. Il y a les plâtres sur toile de Lee Eu, les grès et pastels de Guido De Zan, les fils de métal tricotés de Nadine Altmayer ou encore les objets en bois d'iroko d'Arthur Vallin. Les travaux ne sont pas tous abstraits ni tous



↑ À gauche : *Paysage avec arbres I*, d'Edward Baran, 1998.
À droite : *Signes blancs sur noir*, d'E. Baran, 1997.
Au fond : *Itinéraires Gris-Noir*, d'E. Baran, 1982.

↓ *Blooming dialog*, sculpture de Hanna Heino, 2022, sur une table de Ferréol Babin, 2023.



faciles d'accès ; l'œil est un muscle qui se travaille. Notre mission est d'aider nos clients à trouver leur voie et à évoluer.

Cet accompagnement passe par des événements qui évoquent les salons littéraires parisiens, comme celui de Madame de Sévigné, qui y réunissait les intellectuels, au XVII^e siècle.

J'aime l'idée des salons, qui mélangent les gens pour brasser les savoirs. Nos soirées « Apprendre à voir » sont composées d'artistes, jeunes et plus établis, de critiques d'art et de collectionneurs. Après un cocktail ou un dîner, un historien de l'art présente quelques œuvres en profondeur. Nous nous adressons à une clientèle qui veut prendre le temps d'échanger et de comprendre, quelles que soient ses connaissances de départ. Nous avons aussi ouvert une résidence aux Baux-de-Provence pour accueillir des artistes dans un format de mentorat, qui facilite les créations à quatre mains.

Depuis 2019, le projet Ambroise, au nom inspiré par le marchand Ambroise Vollard, propose des appartements-galeries à louer. C'est une extension de l'expérience artistique hors les murs ?

Le projet a été créé avec Batiik Studio et se présente comme des suites d'hôtels de luxe, étalées sur 100 ou 200 mètres carrés. La grande différence avec les hôtels est que ces lieux sont uniquement

loués à des collectionneurs de notre réseau. L'approche en circuit fermé permet de réaliser un accrochage personnalisé unique, dans des lieux qui représentent le savoir-vivre à la française et qui évoluent au fil des séjours.

En quoi ces adresses sont-elles différentes les unes des autres ?

Le design et la curation dépendent de l'histoire du quartier dans lequel elles se trouvent. Ambroise Saint-Germain-des-Prés est situé dans un immeuble haussmannien entre le quai d'Orsay et le Bon Marché. L'appartement dispose d'un parquet point de Hongrie, de moulures au plafond et d'un balcon filant, qui symbolisent le chic parisien. Il dégage une atmosphère classique et intellectuelle. Son histoire contraste avec celle du Marais, où la déco du duplex est plus audacieuse et fait la part belle aux designers du xx^e siècle.

Comment personnalisez-vous l'accrochage de ces espaces ?

Nous avons des fiches clients très précises, avec leurs goûts en matière de décoration et les artistes qu'ils aiment. S'ils ont déjà une tapisserie de Charlotte Culot, on en accroche une autre lors de leur venue. Cela leur laisse l'occasion de vivre avec l'œuvre, voire de repartir avec ! Ils restent une semaine ou dix jours. Parfois un mois. Certains clients ont tellement aimé leur appartement qu'ils ont demandé à l'acheter... Nous n'avons pas pu refuser ! Sur nos six adresses initiales, deux ont été vendues. L'occupant de l'appartement du Marais a décidé de faire une offre après une semaine sur place et a tenu à garder la quasi-totalité des œuvres. Le marché immobilier du luxe est très populaire parmi les clients du Moyen-Orient et les Américains. Ils adorent Paris.

Vous collaborez aussi avec l'hôtellerie de luxe. Quels étaient vos grands projets cette année ?

Nous avons sourcé des œuvres pour l'Hôtel d'Aubusson, La Fondation et Le Grand Mazarin, tous à Paris. Pour les suites de l'hôtel cinq étoiles Les Sources de Caudalie, près de Bordeaux, nous nous sommes inspirés des cabanes du Cap Ferret. Le travail se fait avec les architectes et les décorateurs, pour répondre au mieux au concept du lieu à travers l'art.

Vous avez également ouvert un espace à New York. Comment avez-vous importé votre vision de l'art de vivre à la parisienne aux États-Unis ?

La galerie de Soho, scénographiée sur le même principe qu'en France, est un mélange raffiné d'objets et d'œuvres d'art. Nous apportons aussi un savoir-faire typiquement parisien, qui passe souvent par des choses



↑ Amélie du Chalarid devant *Itinéraires Gris-Noir*, d'Edward Baran, 1982.

simples, comme proposer un café. Si un client s'intéresse à un artiste, nous trouvons des informations utiles ou lui offrons le catalogue. Les Américains sont peut-être les rois du service, mais pas du rapport humain ! Nous sommes aussi ouverts aux découvertes. En octobre, à Paris, nous collaborons avec la Fondation Thalie. La moitié des œuvres provient de notre catalogue, l'autre de la collection privée de Nathalie Guiot, avec notamment du mobilier de design du vivant de chez Aleor. G