Vernissage

téléachat d'art contemporain

photographie vidéo peinture installation sculpture design
graphisme livres photographie vidéo peinture installation sculpture
design graphisme livres photographie vidéo peinture installation
photographie vidéo peinture installation sculpture design vidéo

Vernissage

Vernissage est un projet initié et produit par l'agence Serge Malik i.d.

Cette structure a pour but et motivation d'intervenir dans le champ de l'art : promotion d'idées, recherche et mise en œuvre d'espaces de diffusion de l'art à travers la création de contenus pour tous supports – radio, tv, web.. – sur le territoire européen.

Serge Malik i.d existe et agit dans le monde de l'art à travers la promotion des artistes et de leur travail.

Vernissage est un projet multimédia dont le but est de donner accès à la création contemporaine (démocratisation de l'art), de concrétiser et de diffuser le travail d'artistes contemporains, toutes générations confondues, les plus notoires comme les plus prometteurs, auprès du public le plus large.

Vernissage est une plateforme de diffusion, un média de promotion et de vente d'art de qualité. Vernissage est un révélateur de la création contemporaine. Son propos consiste à faire entendre le message de l'artiste et à mettre en valeur son travail.

Vernissage prend un risque et fait le pari du succès d'un projet original et valorisant pour l'art contemporain.

Cette entreprise se définit comme marchande et lucrative, autant que culturelle, pédagogique et artistique, tant par son statut que par la philosophie qui régit les relations qu'elle entretient avec les artistes.

Le projet

Un projet transversal et innovant dans l'art contemporain

Un **programme télévisuel inédit** : le premier programme de télévision d'achat d'art contemporain

La production et **la vente exclusive d'œuvres**, en série limitée, réalisées par des artistes contemporains de premier plan (sélection internationale)

La production de **clips de présentation des artistes** et la constitution d'une collection de prototypes d'œuvres

Des vernissages, des événements, des animations autour de l'art contemporain

La création d'un **Advisory Board**, réseau d'artistes, de galeristes, d'experts, et de tous les maillons de l'art international

Une activité de vente supplémentaire sur Internet via **le site de l'agence**

Des recettes provenant des ventes des multiples et de la diffusion d'une émission télévisuelle originale

Concept et intentions

Soutenir la création et démocratiser l'accès au marché de l'Art

Faire connaître les artistes et les œuvres à un public élargi

- Présenter les artistes au public, expliquer leur démarche, montrer leur travail
- Soumettre les œuvres à l'expertise et au débat de connaisseurs, collectionneurs et critiques à l'intention d'un large public
- Démocratiser l'accès à l'art contemporain par une démarche accessible et ludique.

Vendre le meilleur de la création artistique contemporaine à des prix accessibles

- Des œuvres d'artistes contemporains (plasticiens et designers) reconnus et bien représentés dans le monde et le marché de l'art actuel
- Des pièces d'édition tirées à un nombre d'exemplaires limité. Chaque exemplaire est signé par l'artiste, numéroté et garanti par un certificat d'authenticité
- Des pièces fabriquées par l'artiste spécialement pour Vernissage
- Des prix très abordables de l'ordre de 200-300 euros jusqu'à 1000-1500 euros
- Des techniques variées : peinture, sculpture, collage, dessin, design, photo, vidéo, objets etc.

Moyens

Détourner le système commercial classique du téléachat En faire un outil de médiation et de promotion de l'art

Créer un **Advisory Board** – experts, critiques, acteurs, de l'art – chargé de proposer des artistes, d'évaluer et de sélectionner les pièces proposées.

Passer commande à des artistes d'un prototype original édité en multiples, numérotés et signés (exclusivité Première Galerie).

Produire des modules de 5' pour une diffusion TV et Web. Les modules sont autonomes et contiennent :

1. clip d'artiste : autoportrait de l'artiste qui présente son travail dans un lieu propice, et fournit des données précises et utiles
2. séquence plateau animée par un professionnel où s'expriment des critiques et des experts selon une controverse authentique et scénographiée en présence d'un public spécialisé (élèves d'écoles d'art)
3. mise en vente de l'objet : l'animateur fait la synthèse des propos tenus par le plateau et fournit les indications et conditions d'acquisition de l'objet proposé à la vente

Un programme hebdomadaire inédit

Le premier programme de télé achat d'art contemporain

5' pour parler et vendre de l'art contemporain

Des éditions limitées d'œuvres d'artistes contemporains de référence, conçues spécialement pour Vernissage, sont présentées, commentées par des experts de l'art contemporain et mis en vente pendant l'émission (vente télé, elle-même relayée par la vente Internet et magasin).

La référence à une émission de télé-achat permanente et assumée

L'idée est de reprendre les codes qui structurent une émission de vente par correspondance, à la différence près que le ton, l'animation, la mise en scène graphique s'inspirent de l'univers très valorisant de l'art contemporain.

L'émission comprend 5 modules de 5 minutes :

Génériques (billboards inclus)	0,20'
Clip de l'artiste	1'
Plateau invités, débat animé par présentateur	3'
Vente et infos pratiques	1'

Le programme

Durée 1' - Magnéto et présentation de l'artiste

Un clip montre l'artiste dans son atelier, dans un lieu qui l'inspire ou même chez lui. Ce reportage peut être réalisé par l'artiste en personne. La caméra va à sa rencontre. C'est l'occasion de découvrir son travail, sa technique, ses goûts, ses références. C'est une manière pour les téléspectateurs de mieux appréhender l'artiste, sa démarche, son discours avant de découvrir ses oeuvres.

Durée 3' - Le débat des experts

Le plateau est composé d'invités, experts et figures du marché de l'art (différents pour chaque émission). Ils ont trois minutes pour débattre avec l'animateur, commenter, analyser, s'enthousiasmer ou au contraire rester sur la défensive à propos des œuvres mises en vente.

Ces spécialistes apportent un éclairage et donnent les bonnes et parfois les moins bonnes raisons d'acheter ce qui est proposé. Seul un état d'esprit critique rend crédible et légitime la parole d'expert. Un regard critique, un goût personnel, une expérience professionnelle, permettent aux téléspectateurs de se faire une idée précise et objective de l'œuvre mise en vente.

Le décompte du temps imparti au débat est visualisé sur un compteur à l'écran. La fin des débats est signifiée par un coup de marteau à la manière des salles de vente.

Durée 1' - Les infos pratiques à la vente

Sur le plateau, le marchand présente et propose à la vente les œuvres de l'artiste préalablement présenté. Il dispose d'une minute.

Magnéto récapitulatif apportant les informations pratiques pour acheter les oeuvres proposées : référence de l'œuvre, coût, téléphone, Internet, etc.

Le cadre artistique

Mettre en scène les œuvres à vendre Offrir un contenu télévisuel culturel et divertissant

Le ton

- Les débats sont des conversations, des échanges d'amateurs et de passionnés et non des explications d'esthètes ou de pédagogues.
- L'idée est de déculpabiliser les acheteurs potentiels en montrant qu'il ne faut pas nécessairement connaître pour acheter mais simplement laisser parler ses sens, se fier à son goût et se faire plaisir.

L'équipe plateau

- **L'animateur.** Il anime le débat, dialogue fait le lien entre les invités et le public, présente l'œuvre mise en vente, la valorise et justifie son coût.
- **L'expert résident.** Présent à tous les débats, il assure un dialogue de qualité en disputant de l'œuvre proposée avec l'expert invité.
- **Les experts d'art.** Personnalités diverses du monde de l'art, leur rôle est de commenter, réagir, enrichir, voire parfois contredire les propos de l'animateur qui vient de présenter l'œuvre.

Promotion des œuvres et des artistes

L'agence se donne également pour objectif d'assurer en permanence la promotion des artistes et de leur travail

Édition d'un DVD regroupant les clips d'artistes : outil pédagogique et œuvre d'art

Réunir l'**Advisory Board** régulièrement et l'associer à la promotion des œuvres (expositions, communication, ventes...)

Contracter un **partenariat avec une entreprise** qui achète les prototypes et les offre à une institution publique :

- mécénat déductible fiscalement à 90%
- légitime les œuvres, les artistes, l'émission
- possibilité de monter des expositions, publications...
- moyen de communication pour l'entreprise, l'émission, les artistes, l'institution
- enrichir une collection publique
- source de revenus pour l'émission

Artistes pressentis

ZEVS

Benjamin Sabatier

Raphaël Boccanfuso

Yann Toma

Mathieu Laurette

Annabela Tournon

Katinka Bock

Wanda Mihuleac

André

Pupsam

Xavier Veilhan

Valérie Mrejen

Paul Pouvreau

Catherine Poncin

Thibaud Cuisset

Antoine d'Agata

Un projet conçu et produit par des spécialistes de l'art et des médias

Serge Malik Concepteur et producteur de Vernissage

Serge Malik dirige Binôme SA éditions de 1995 à 2002, et publie de nombreux ouvrages de référence tels que *Les 100 Photos du Siècle*, *Le Stade de France Mémoire d'un chantier*, *Drouot vu par Magnum*, *Taste*, *Pique-Nique*, etc. La plupart sont issus de commandes passées à des artistes. Le livre *Pique-Nique* donna lieu à une exposition au 6^e étage du Centre Pompidou en 2001.

Serge Malik a récemment fondé serge malik i.d, société dédiée à l'édition de livres d'art de grande qualité, tels que *Classic not Plastic* pour l'architecte Ronald Cecil Sportes, ou la monographie de Michal Batory.

Il lance à la même époque le département serge malik i.d production, structure de production, de conseil et de conception d'actions artistiques par la commande aux artistes.

Publications

Michal Batory, posters and graphic works, 2004, Serge Malik id

Ronald Cecil Sportes, Classic not Plastic, 2004, Serge Malik id

Pique-Nique, 2000, Binôme/Le Seuil

Taste, 2000, Binôme

Lancaster Coty, 1999, Binôme

Drouot vu par Magnum, 1999, Binôme

Les 100 photos du siècle, 1998, Binôme/Hachette

Le Stade de France, mémoire d'un chantier, 1997, Binôme

Interview : www.paris-art.com/interv_detail-2226.html

L'équipe de Vernissage

- Conception Production : Serge Malik
- Direction de Production : Christelle Gautschoux
- Coordination générale : Vanessa Clairet
- Réalisation/montage : Mathieu Tonetti

Deux entités de production :

- **Vernissage**
 - > émission TV
 - > coproduction
- **Serge Malik id agence**
 - > Production et vente des pièces
 - > stockage et promotion des multiples et prototypes

Ce dossier est le reflet du travail d'élaboration du concept so art dont les auteurs sont Serge Malik et Guillaume Aubert.

Il ne peut être représenté auprès d'un tiers dans quelque but que ce soit, que par ces auteurs eux-mêmes
ou à défaut un ou des mandataires dûment et expressément désigné(s) par les deux auteurs.

Toute démarche visant à proposer so art en dehors du contexte exposé ici serait sans effet et susceptible
de contestation voire de poursuites devant le TGI pour contrefaçon qui est un délit pénal.

Déposé pour date certaine près l'Etude Peraldi Ségur Paris

Rédaction et suivi des contrats : Maître Marc Susini

(cabinet Reihnart Marville Torre 58 Avenue Kléber 75116 Paris)