

Malgré ce coup dur – qui avait également coûté à la foire AKAA sa première édition –, Cécile Schall a décidé de mettre les bouchées doubles pour ancrer sa foire dans le paysage parisien. « Il faut savoir qui l'on est. Même si je forme les galeries et les collectionneurs qui plus tard iront vers Paris Photo, je ne considère pas cette foire comme concurrente ; Fotofever est un rendez-vous de découvertes et d'apprentissage et je travaille dans ce sens ».

Depuis sa création, la foire a dû faire des choix, comme abandonner son antenne bruxelloise après deux éditions en 2012 et 2013. Pourtant, Tour & Taxi à Bruxelles ne coûtait que 20.000 € quand la location de l'espace du Carrousel du Louvre dépasse les 100.000 €. On le sait Paris est cher, mais concentre encore l'essentiel du marché. Les esprits chagrins se plaindront eux du prix d'entrée de la foire, passé de 12 € en 2011 à 20 € cette année. Quant au Photoprize, pour le moment en suspens, Cécile Schall confie vouloir le développer avec un partenaire. Cette volonté d'associer son prix à une entreprise pour le pérenniser et lui donner une plus grande portée est symptomatique de la stratégie de Fotofever. « Je souhaite impliquer les entreprises, notamment en les intégrant à la démarche "Start to collect", un programme d'initiation à la collection », avoue la directrice. En outre, rééquilibrer le modèle économique vers les entreprises permettrait de diminuer le prix des stands. Fotofever a bien d'autres projets, comme poursuivre l'expérience de la foire en ligne en proposant aux galeries de mettre leurs œuvres à la vente sur son site. Enfin, Cécile Schall envisage au-delà de la foire d'organiser d'autres événements afin de maintenir le lien entre les artistes, les collectionneurs et les galeries, notamment durant le Mois de la photo à Paris. Et concernant le Carrousel du Louvre ? « Il a ses défauts, mais c'est un bon espace, central. Quand on change de lieu, il faut que ce soit pour mieux ». Une idée en tête ? « Bien mieux, c'est le Grand Palais », souffle Cécile Schall dans un sourire malicieux.

Clément Thibault

## ZOOM

### Fotofever et les collectionneurs

Le nerf de la guerre pour une foire, c'est évidemment les collectionneurs qu'elle est capable d'attirer dans ses allées. Cécile Schall a mis les petits plats dans les grands pour pérenniser sa foire : refonte du fichier VIP, arrivée de deux employés exclusivement acquis aux VIP et envoi de près de 4.000 invitations VIP. « C'est un gros investissement pour nous, mais c'est ce que nous nous devons d'apporter aux galeries ».

Mais c'est aussi les plus jeunes que courtise Fotofever avec son programme « P'tits collectionneurs ». « L'éducation artistique est faible en France, l'idée est d'initier les enfants à la création artistique dans le cadre d'ateliers gratuits ». Les parents sont tranquilles pour découvrir la foire, les enfants initiés à la collection.

Et l'année prochaine, Cécile Schall se verrait bien développer des partenariats avec les collections d'entreprises. « L'idée est de fédérer plusieurs sociétés qui ont déjà initié une collection de photographies », précisant que la société Hiscox fait déjà partie des partenaires intéressés.



Camion citerne (2013, détail), Laura Gwenaelle Berson.  
© Laura Gwenaelle Berson, Courtoisie La Galerie Virtuelle

Fotofever  
Du 11 au 13 novembre, Vernissage le 10.  
Carrousel du Louvre, 99 rue de Rivoli, Paris 1<sup>er</sup>. [www.fotofeverartfair.com](http://www.fotofeverartfair.com)