



Bulletin de l'association de géographes français

Géographies

94-4 | 2017

Iran, la difficile renaissance d'une nation marginalisée

Entre Téhéran et Dubaï, la naissance d'un marché de l'art « régional » entre 2005 et 2010

From Tehran to Dubai: the birth of a regional market of the arts between 2005 and 2010

Alexandre Kazerouni



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/bagf/2455>

DOI : 10.4000/bagf.2455

ISSN : 2275-5195

Éditeur

Association AGF

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2017

Pagination : 629-637

ISSN : 0004-5322

Référence électronique

Alexandre Kazerouni, « Entre Téhéran et Dubaï, la naissance d'un marché de l'art « régional » entre 2005 et 2010 », *Bulletin de l'association de géographes français* [En ligne], 94-4 | 2017, mis en ligne le 31 décembre 2018, consulté le 21 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/bagf/2455> ; DOI : 10.4000/bagf.2455

Entre Téhéran et Dubaï :
La naissance d'un marché de l'art « régional »
entre 2005 et 2010

(FROM TEHRAN TO DUBAI:
THE BIRTH OF A REGIONAL MARKET OF THE ARTS
BETWEEN 2005 AND 2010)

Alexandre KAZEROUNI*

RESUME – *Le marché de l'art que ses acteurs ont tôt qualifié de « régional » et dont Dubaï s'est imposé comme le centre entre 2005 et 2010 repose sur des galeries locales, des ventes aux enchères sur place de la maison Christie's et une foire nommée Art Dubai. Une approche microsociologique et historique de ces trois piliers révèle un rôle prépondérant joué par l'Iran comme lieu de provenance d'œuvres d'art, d'artistes, de marchands et de collectionneurs dans la phase de genèse de ce marché, et l'articulation entre cette dynamique des arts et celles plus anciennes du commerce d'entrepôt et de l'immigration entre les deux rives du golfe Persique après la révolution iranienne de 1979*

Mots-clés : *Immigration – Commerce d'entrepôt – Marché de l'art – Iran – Dubaï.*

ABSTRACT – *Dubai has become the centre of a « regional » art market between 2005 and 2010 thanks to the setting of a local network of galleries, auction sales by Christie's and an art fair named Art Dubai. A historical and microsociological study of those three fundamental pillars reveals the role played by Iran as a main source of artworks, artists, art dealers and collectors in the birth of this art market, and connects this dynamics that has a cultural face to the already existing flows of immigrants and traded commodities between the two shores of the Persian Gulf since the Iranian revolution of 1979.*

Key words: *Immigration – Warehouse Trade – Art Market – Iran – Dubai.*

Dubaï, qui est à la fois le nom d'une « principauté » (*imara*) et celui de la ville qui en est la capitale, s'est imposé comme le centre d'un marché de l'art qui dépasse de loin ses frontières, et que nombre d'acteurs qui l'animent ont tôt qualifié de « régional », en anglais (*regional*), en arabe (*iqlimi*), mais aussi en persan (*mantaqe-i*). Une des caractéristiques fondamentales de ce marché de l'art « régional » est en effet de faire fi de la barrière que les courants de pensée

* Chercheur en sciences politiques, École normale supérieure, Université Paris Sciences et Lettres, 45, rue d'Ulm, 75005 Paris – Courriel : alexandre.kazerouni@ens.fr

nationaliste d'abord et islamiste ensuite ont érigée au XX^e siècle entre les deux rives du golfe Persique, entre Arabes et Iraniens, mais aussi entre sunnites et chiïtes, monarchistes et républicains. Il donne à voir depuis la principauté une « région » qui regroupe ceux qui se disputent le nom de ce bras de mer depuis les années 1950 et le magistère sur le sens de l'islam depuis les années 1980. Ce marché n'est ni arabe ni islamique. Il n'est pas non plus « golfien » ou *khaliji* au sens donné à ce qualificatif par le Conseil de coopération des États arabes du Golfe, créé en 1981 comme rempart face à l'Iran révolutionnaire et qui a permis à l'Arabie saoudite d'asseoir son hégémonie sur la péninsule arabique dans les années qui suivirent [Kazerouni 2017 a, pp. 84-100].

L'arrivée de marchands, d'artistes et de collectionneurs saoudiens sur ce marché de l'art « régional », avec notamment l'annonce récente de la création d'un grand centre d'art privé à but non lucratif à Dubaï à l'initiative d'une riche famille saoudienne, les Jamil, a été tardive en comparaison avec celle de leurs homologues iraniens. On peut même affirmer que le marché de l'art de Dubaï est né à Téhéran, dans les années 1990. C'est de cet étrange constat, celui d'un lien ombilical entre l'une des facettes les plus libérales du Moyen-Orient arabe et la vie politique intérieure de la République islamique, que traite cet article, en passant en revue les trois piliers dubaïotes de ce marché de l'art au stade de leur édification, entre 2005 et 2010 : les galeries d'art contemporain du quartier d'Al-Qawz, les ventes aux enchères de Christie's et la foire d'art contemporain Art Dubai. Or cet étonnant lien par les arts entre Dubaï et l'Iran s'inscrit dans le prolongement d'échanges démographiques et économiques plus anciens.

Au tournant des années 2000, la République islamique était la principale destination des réexportations de Dubaï et par conséquent un partenaire essentiel à son autonomie politique vis-à-vis de l'émirat d'Abu Dhabi qui concentre sur son territoire l'essentiel des réserves d'hydrocarbures des Émirats arabes unis. L'importance du marché iranien dans le développement économique de la principauté est connue [Adelkhah 1999, Marchal 1997, 2001], contrairement au marché de l'art auquel peu de publications ont à ce jour été consacrées [Moghadam 2012, Sindelar 2016], alors qu'il est une des formes les plus visibles de la route commerciale entre Téhéran et Dubaï.

Des séjours en Iran et à Dubaï depuis 2007, dans le cadre d'une thèse de doctorat jusqu'en 2013, ont permis d'effectuer des entretiens avec nombre d'acteurs de ce marché de l'art au temps de sa genèse et d'en observer l'évolution depuis, pour constater combien 2010 fut un premier tournant historique, marqué par une diversification des acteurs, principalement en direction de l'Arabie saoudite. La fin de la période de domination du marché par des acteurs iraniens en 2010 a là encore une explication économique. La crise mondiale née aux États-Unis qui frappa de plein fouet Dubaï en 2009, contraignit l'émir à accepter l'aide financière d'Abu Dhabi pour éviter la faillite, avec en contrepartie l'obligation de limiter ses relations avec l'Iran.

1. La création des galeries d'art contemporain

La création et l'histoire des galeries d'art de Dubaï montrent à quel point l'Iran et les Iraniens ont joué un rôle central dans le développement de la ville. Dubaï compte aujourd'hui trois zones où les galeries d'art contemporain se sont implantées [Moghadam 2012, Kazerouni 2013] : le quartier touristique d'Al-Fahidi, le quartier d'affaires du DIFC (Dubai International Financial Centre) et surtout le quartier industriel d'Al-Qawz qui s'est progressivement imposé face aux deux autres. C'est à Al-Qawz, dans d'anciens entrepôts réaménagés, que depuis 2005 sont implantées The Third Line et IVDE, les deux « galeries leaders » du marché de l'art local, celles qui « [exercent] un leadership artistique en contribuant à fixer la tendance dominante » [Moulin 1997, pp. 47-51]. Elles ont, en l'occurrence, été à l'avant-garde de la promotion des artistes contemporains iraniens aux côtés de leurs homologues arabes, et les premières à se voir ouvrir les portes d'accès aux circuits mondialisés du marché de l'art occidental.

The Third Line est la traduction anglaise de l'expression persane *khat-e sevvom* qui apparaît dans les écrits de Jalal Al-Din Rumi, le célèbre poète du XIII^e siècle. Ce choix fut celui de Sunny Rahbar, l'une des fondatrices de la galerie. Née en 1977 en Oklahoma de parents iraniens qui firent le choix de s'installer à Dubaï après la révolution iranienne de 1979, elle a effectué toute sa scolarité à Dubaï, avant de retourner aux États-Unis pour des études supérieures à la Parsons School of Design dans les années 1990 [Binder 2008, Hanif 2016]. Rentrée à Dubaï en 2001, elle y organisa d'abord des événements culturels dans des hôtels et intégra l'équipe d'une boutique nommée Five Green, où l'art et la mode se rencontraient en ciblant la jeunesse locale ayant comme elle vécu à l'étranger. En 2004, elle s'associa avec Claudia Cellini, une Américaine qui était *art consultant* spécialisée sur le marché asiatique à Singapour, et Omar Ghubash, un membre de l'élite sociale émirienne. De mère russe, formé au Royaume-Uni, aujourd'hui diplomate, il devint leur indispensable partenaire local pour fonder une entreprise.

Afin d'organiser leurs premières expositions d'art contemporain, les deux associées firent appel à une Belge, Isabelle van den Eynde, qui depuis peu exposait à Dubaï des artistes découverts à Téhéran. Elle s'était installée à Dubaï en 2002 pour y suivre son époux, Arnaud van den Eynde de Rivieren, employé d'une société belge active depuis Dubaï dans le secteur pétrolier iranien. Lors d'un premier voyage d'affaires à Téhéran, ce dernier acquit des oeuvres photographiques à la galerie Silk Road ouverte un an plus tôt par une Iranienne francophone. D'autres voyages de son mari dans la capitale iranienne, accompagnés d'achats de photographies à la même galerie éveillèrent la curiosité d'Isabelle van den Eynde pour un marché de l'art dont elle n'avait pas soupçonné le niveau de structuration déjà avancé.

Isabelle van den Eynde, qui avait créé une galerie à Bruxelles au temps de ses études, multiplia les voyages à Téhéran à compter de 2003. Via les employés de la galerie Silk Road, et en particulier Minou Saberi, elle et son époux firent rapidement la connaissance de nombreux artistes contemporains iraniens, comme Bita Fayyazi, Golnaz Fathi ou les frères Ramin et Rokn al-Din Haerizadeh. De retour à Dubaï, elle entreprit de leur organiser des expositions commerciales dans les rares espaces existants, dont à compter de 2005 The Third Line.

En 2006, Isabelle van den Eynde ouvrit sa propre galerie, d'abord nommée B21, puis IVDE d'après ses propres initiales, à proximité de The Third Line, dans la zone industrielle d'Al-Qawz. De nombreuses galeries, aux portefeuilles d'artistes plus diversifiés en termes de nationalités représentées les y ont rejointes depuis. Toutes se sont concentrées dans un périmètre urbain d'Al-Qawz qui porte le nom d'Al-Serkal Avenue et qui avec ses hangars reconvertis en galeries, mais aussi en cafés et boutiques, n'est pas sans rappeler d'autres lieux du marché de l'art mondialisé comme la zone 798 à Pékin [Abeles 2011]. Cette diversification des acteurs s'est faite par accroissement de leur nombre, et non par une baisse de celui des Iraniens. En 2011, une des « galeries leaders » du marché de l'art à Téhéran, Etemad, y ouvrit sa première succursale à l'étranger, et un homme d'affaires allemand d'origine iranienne, Ramin Salsali, un espace d'exposition appelé Salsali Private Museum.

Le lien entre Al-Qawz et l'Iran par le marché de l'art a véritablement pris forme autour de l'action entrepreneuriale d'Isabelle van den Eynde, mais il dépasse sa seule trajectoire personnelle pour épouser les dynamiques migratoires et économiques de Dubaï dont elle et son mari font partie. En effet, entre 1996 et 1998, bien avant l'arrivée d'Isabelle van den Eynde à Dubaï, Dariush Zandi, un architecte iranien formé aux États-Unis et installé à Dubaï au lendemain de la révolution iranienne, comme les parents de Sunny Rahbar, avait construit un passage commercial semi-couvert dans Al-Qawz et l'avait nommé The Courtyard. En 1998, il y inaugura sa propre galerie d'art sous le nom de Total Arts, avec une exposition d'art contemporain iranien organisée en collaboration avec la galerie téhéranaise Aria, qui a joué un rôle fondamental dans la naissance d'un marché de l'art à Téhéran au début des années 1990.

La diversification des acteurs du marché de l'art, venant du monde entier, à commencer par le monde arabe, a réduit le poids de l'Iran à compter de 2010, mais celui-ci reste important. En 2017, IVDE et The Third Line continuaient à avoir dans leurs portefeuilles d'artistes une majorité absolue ou relative d'Iraniens, respectivement neuf sur quatorze et douze sur vingt-sept. Et même si de plus en plus de collectionneurs, de marchands et de commissaires d'exposition occidentaux se rendent à Téhéran depuis l'ouverture des négociations sur le nucléaire iranien en 2013, Dubaï continue à jouer un rôle fondamental dans l'accès à la mondialisation des artistes iraniens.

2. Les ventes aux enchères de Christie's à Dubaï

L'un des premiers artistes iraniens exposés par Isabelle van den Eynde à Dubaï, dès 2004, quelques semaines après leur rencontre à Téhéran, fut Farhad Moshiri, que représentait toujours en 2017 *The Third Line*. Il fut en 2008 le premier artiste de la « région » dont une œuvre franchit la barre du million de dollars dans une vente aux enchères. C'était chez Christie's à Dubaï. Et l'acquéreur était un homme d'affaires iranien installé à Dubaï depuis les années 1990. Issu de la classe moyenne urbaine d'une ville de province de l'Iran impérial, en l'occurrence Shiraz où il est né en 1949, Farhad Farjam a fait fortune après les années 1990 dans l'importation via Dubaï de produits pharmaceutiques pour le marché iranien. Il s'agit d'une niche commerciale dont l'occupation nécessite pour l'importateur d'être intégré aux nouvelles élites de l'Iran post-révolutionnaire, et un exemple du commerce d'entrepôt qui a fait le succès de la cité portuaire émirienne.

En 2009, Farhad Farjam ouvrit un espace d'exposition, la Farjam Collection, au Dubai International Financial Center (DIFC) dont le directeur émirien manifestait alors un grand intérêt pour l'art contemporain. La DIFC était depuis sa première édition en 2007 l'actionnaire majoritaire de la foire d'art contemporain Art Dubai, initialement nommée DIFC Gulf Art Fair. Et depuis 2008, trois galeries s'y étaient installées : Cuadro, Artspace et Opera. C'est dans leur voisinage, enrichi depuis en galeries, que la Farjam Collection a à compter de 2009 exposé les collections d'art islamique et d'art moderne et contemporain de son fondateur éponyme.

Mais le rôle de Farhad Farjam est loin de se limiter à l'ouverture d'un espace qui est le premier musée d'art contemporain de Dubaï. Cet homme d'affaires iranien a joué un rôle de premier plan dans l'installation à Dubaï de Christie's, puis dans la diversification d'un marché initialement dominé par l'Iran en direction de l'Arabie saoudite à compter de 2010.

Les dirigeants de la maison de vente britannique connaissaient Farhad Farjam comme client, principalement d'art islamique, lorsqu'ils entrèrent en contact avec lui pour bénéficier de ses conseils dans le cadre de pourparlers engagés avec les autorités de la République islamique, pour organiser, à l'initiative de ces dernières, des ventes aux enchères d'art contemporain à Téhéran. En 2001, dans le contexte des réformes soutenues par le président Mohammad Khatami élu en 1997, le directeur du Musée d'art contemporain de Téhéran, Alireza Sami-Azar, avait transmis une invitation à se rendre à Téhéran au Président directeur général de Christie's, Edward Dolman, qui accepta de s'y rendre avec plusieurs directeurs et chefs de département de son groupe. Alors qu'ils s'attendaient à être sollicités pour un travail d'expertise et de mise en vente du patrimoine national iranien, il leur fut proposé de concourir à la promotion de la scène artistique locale en organisant dans la capitale iranienne des ventes aux enchères. Cette invitation fut complétée par

des visites de galeries, des rencontres avec des artistes et des nouveaux collectionneurs, qui avaient remplacé les grands collectionneurs d'art islamique partis en exil en 1979, et dont le nombre avait rapidement crû à Téhéran en à peine une décennie, en lien avec les opportunités économiques de la reconstruction du pays après la guerre Irak-Iran, sous la présidence d'Ali-Akbar Hashemi Rafsandjani. La délégation de Christie's eut également des entretiens avec les élites politiques du pays, au ministère de la Culture et de la guidance islamique. Un deuxième voyage de prospection eut lieu l'année suivante, conduisant Christie's à organiser à Londres du 19 au 23 mai 2002 une exposition non commerciale d'art moderne et contemporain iranien, dans ses espaces habituellement destinés à la vente [Christie's 2002].

Mais Christie's dut renoncer à s'installer en Iran. Le contexte politique local était alors trop incertain et surtout les sanctions économiques qui affectaient déjà l'Iran bien avant qu'elles ne soient amplifiées par la crise du nucléaire, excluaient l'Iran du système financier international. Les cartes de crédit étrangères ne pouvaient pas être utilisées dans le pays, une lourde contrainte pour le développement d'un marché de l'art, qui était toujours d'actualité en 2017. La maison de vente prit néanmoins conscience du potentiel iranien pour la mondialisation de ses activités au Moyen-Orient. Farhad Farjam fut alors consulté, et il encouragea la direction de Christie's à faire comme lui, et bien d'autres hommes d'affaires : accéder au marché iranien depuis Dubaï. Le marché « régional » de l'art allait s'inscrire dans un système économique et migratoire déjà structuré, faisant de la principauté la place majeure de contournement des sanctions américaines et européennes destinées depuis 1979 à isoler la République islamique.

La première vente aux enchères de Christie's à Dubaï eut lieu le 24 mai 2006. Intitulée *International Modern and Contemporary Art : Including Arab, Indian, Iranian and Western Art*, elle fut un succès commercial qui alla au-delà des attentes de la direction du groupe. Une fois terminée, les dirigeants de Christie's conduisirent Farhad Farjam auprès des représentants des autorités publiques émiriennes et le présentèrent comme l'homme sans qui rien n'aurait été possible, une anecdote que le ministre émirien en charge de la culture, Abd Al-Rahman Al-Oways, rappela en public en 2010 dans un panel de discussion de la foire d'art contemporain d'Abu Dhabi.

Le rôle de Farhad Farjam fut également crucial par la suite pour l'élargissement du marché à d'autres foyers d'artistes et de collectionneurs que l'Iran, pays avec lequel Dubaï fut contraint à compter de 2010 de revoir ses relations commerciales et financières à la baisse, sous la pression d'Abu Dhabi. Après avoir été le principal promoteur de Farhad Moshiri, Farhad permit en effet pour la première fois à un artiste saoudien d'arriver en tête d'une vente d'art contemporain de la « région ». Le 29 avril 2011, il acheta chez Christie's Dubai une installation de l'artiste saoudien Abd Al-Nasser Gharem, pour un montant de 842 500 \$, soit plus de huit fois l'estimation haute. Ce résultat fut

un tournant dans l'histoire du marché, qui n'a depuis cessé de se diversifier en direction de l'Arabie saoudite.

3. La foire d'art contemporain Art Dubai

En plus des galeries et des ventes aux enchères, le marché de l'art de Dubaï a un troisième pilier, la foire d'art contemporain Art Dubai, dont l'histoire donne elle aussi à voir combien l'intensité des échanges entre les Émirats arabes unis et la République islamique d'Iran via Dubaï avait peu de visibilité internationale avant que ne s'y développent des plateformes artistiques « régionales », et combien le poids de l'Iran était inattendu pour les acteurs internationaux du monde de l'art entrant sur le marché économique de Dubaï, une ville dont ils ne voyaient trop souvent que la dimension « mondialisée » revendiquée par les autorités locales, et non pas la dimension régionale sur laquelle repose pourtant l'essor de la ville.

La foire Art Dubai est l'idée d'un galeriste d'art contemporain britannique, John Martin, qui s'était rendu en vacances à Dubaï en décembre 2005 comme beaucoup de ses compatriotes. En découvrant la qualité des infrastructures hôtelières et la douceur du climat local en hiver, il eut l'idée d'y attirer de riches collectionneurs occidentaux et indiens, un projet qu'il mûrit à son retour à Londres en compagnie d'un ami spécialisé dans la finance, Benedict Floyd. En conformité avec leur stratégie économique de départ qui faisait la part belle à l'Inde, ils s'associèrent en janvier 2006 avec Savita Apte, une historienne de l'art et commissaire d'exposition de nationalité indienne.

La première édition d'Art Dubai se déroula du 8 au 10 mars 2007. Pour la préparer, un groupe restreint de galeries intéressées par le projet avait été formé qui comprenait la galerie italienne Continua connue pour son implantation en Chine, la célèbre galerie britannique Albion, la galerie Sfeir-Semler fondée par une Libanaise à Hambourg et qui en 2005 avait ouvert une succursale à Beyrouth, et The Third Line. Au total, quarante galeries participèrent à cette première édition. Vingt-huit galeries étaient occidentales. Pour le reste du monde, l'Extrême-Orient et l'Asie du Sud étaient mieux représentés que le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord. Face à cinq galeries implantées en Inde, deux en Chine, deux au Japon et deux en Corée du Sud, il n'y avait qu'une galerie syrienne (Atassi), qu'une galerie partiellement implantée au Liban (Sfeir-Semler), qu'une galerie tunisienne (El Marsa), qu'une galerie turque (Galerist) et qu'une galerie de Dubaï (The Third Line). Et surtout, il n'y eut dans cette première édition de la foire aucune galerie iranienne, saoudienne ou pakistanaise, les trois pays qui allaient s'imposer sur le marché par la suite. Quant à Isabelle van den Eynde qui depuis 2004 jouait un rôle fondamental dans la traversée du golfe Persique par les œuvres d'art contemporain iranien la galerie n'y prit pas part elle non plus.

Ce n'est qu'à l'issue de la deuxième édition d'Art Dubai, en 2008, à laquelle participa Silk Road, la galerie téhéranaise à travers laquelle les van den Eynde avait pénétré dans le marché de l'art iranien, que Savita Apte prit conscience du dynamisme de la scène artistique iranienne et de la réalité économique, sociale et culturelle de Dubaï qui confirmait ne pas être un point d'étape aérienne neutre entre l'Europe, l'Inde et la Chine, mais déjà le cœur d'un système régional complexe entre les deux rives du golfe Persique. Les Indiens, qui avaient suscité tant d'espoir chez les fondateurs de la foire, créèrent en 2008 leur propre foire à Dehli, car la principauté n'avait pas autant à leur offrir qu'aux Iraniens, aux Saoudiens et aux Pakistanais, qui n'allaient pas tarder par leur présence active à affirmer les limites géographiques de cette « région » dont Dubaï s'est imposé comme le centre des transactions artistiques commerciales.

Le marché de l'art « régional » de Dubaï est un objet de recherche en sciences humaines et sociales en soi, mais il est aussi un outil d'analyse qui donne à voir des dynamiques économiques et socio-politiques qui le dépassent sans avoir cependant sa visibilité. Celle qui sous-tend toutes les autres est bien sûr le flux de marchandises et de capitaux entre l'Iran et la principauté. Les capitaux iraniens ont trouvé refuge à Dubaï jusqu'en 2010, et la République islamique a pu utiliser dès les années 1990 cette principauté comme un partenaire commercial l'aidant à contourner les sanctions américaines. Le succès de Dubaï comme cité-entrepôt qui repose sur la prospérité des échanges bilatéraux avec l'Iran a par ailleurs permis à Dubaï de s'opposer à la volonté de centralisation politique d'Abu Dhabi.

L'histoire du marché de l'art entre Téhéran et Dubaï éclaire d'autre part l'évolution politique et idéologique de la République islamique d'Iran. De façon paradoxale, la croissance exponentielle du nombre de galeries d'art dans la capitale iranienne dont Dubaï s'est fait l'écho ne fut pas initiée par la société civile, ni par les anciennes élites de l'Iran impérial, mais par des dirigeants de la République islamique confrontés à l'explosion du nombre d'étudiants en art sortant des universités [Kazerouni 2013].

Tout comme cette pression sociale qui l'a motivé, le développement des galeries à Téhéran remonte aux deux mandats présidentiels d'Ali Akbar Hashemi Rafsandjani, entre 1989 et 1997, et non à l'élection de son successeur Mohammad Khatami à qui est abusivement prêtée toute la libéralisation culturelle après la mort de l'ayatollah Khomeyni. C'est en effet dans cette période de reconstruction économique mais aussi de recomposition du paysage politique et idéologique iranien, au croisement de la fin de deux guerres, la guerre Iran-Irak (1980-1988) et la guerre Froide dont l'Iran fut une frontière, que furent posés les jalons d'un marché de l'art à Téhéran.

Sources

- ABÉLÈS, M. (2011) – *Pékin 798*, Paris, Stock, 233 p.
- ADELKHAH, F. (1999) – « Le retour de Sindbad : l'Iran dans le Golfe », *Études du CERI*, n° 53, 57 p.
- ADELKHAH, F. (2012) – *Les milles et une frontières de l'Iran : quand les voyages forment la nation*, Paris, Karthala, 486 p.
- BINDER P. & HAUPT G. (2008) – « The Third Line », *Nafas Art Magazine*, février, <http://universes-in-universe.org>.
- CHRISTIE'S, (2002) – *Iranian Contemporary: An exhibition in Association with the Tehran Museum of Contemporary Art, 19-23 May 2002*, Londres, Christie's, catalogue d'exposition.
- HANIF, N. (2016) – « Portrait of a Nation: No-one said art was going to be easy », *The National*, 29 décembre 2016.
- KAZEROUNI, A. (2013) – *Le miroir des cheikhs : musée et patrimonialisme dans les principautés arabes du golfe Persique*, thèse de doctorat de science politique, Paris, Institut d'études politiques, 2 vol., 1124 p.
- KAZEROUNI, A. (2015) – « Musées et soft power dans le Golfe persique », *Pouvoirs*, n° 152, pp. 87-97.
- KAZEROUNI, A. (2017 a) – *Le miroir des cheikhs : musée et politique dans les principautés du golfe Persique*, Paris, PUF, 275 p.
- KAZEROUNI, A. (2017 b) – « Révolution et politique de la culture à Sharjah, 1979-2009 », *Revue des mondes musulmans et de Méditerranée*, n° 142, 2017, p. 165-183.
- MARCHAL, R. (1997) – « Doubaï : Le développement d'une cité-entrepôt dans le Golfe », *Études du CERI*, n°28, 36 p.
- MARCHAL, R. (2001) (dir.) – *Dubaï : Cité globale*, Paris, CNRS, 2001, 134 p.
- MOGHADAM, A. (2012) – « « L'art est mon métier » : émergence et professionnalisation du marché de l'art à Dubaï », *Transcontinentales*, vol. 12-13, en ligne, <https://transcontinentales.revues.org/1339>
- MONTIGNY, A. (1996) – « Les Arabes de l'autre rive », *CEMOTI*, vol. 22, pp. 53-82.
- MOULIN, R. (1997) – *L'artiste, l'institution et le marché*, Paris, Flammarion, 437 p.
- MOULIN, R. (2003) – *Le marché de l'art : Mondialisation et nouvelles technologies*, Paris, Flammarion, 154 p.
- SINDELAR, M. (2016) – « Local, Regional, Global: An Investigation of Art Dubai's Transnational Strategies », *Arabian Humanities*, vol. 7, en ligne, <https://cy.revues.org/3250>.

L'auteur a souhaité pour la mise en ligne, apporter des rectifications à la version imprimée de son article.