

## BILAN

# Art Market Day 2019 : le marché de l'art face à l'enjeu territorial

La 2<sup>e</sup> édition de la conférence internationale sur le marché de l'art organisée par *Le Quotidien de l'Art* a réuni, le 18 novembre au Grand Palais, des professionnels venus du monde entier. Premier retour sur les temps forts (1/3).

Par Alison Moss



Georgina Adam, Cécile Verdier, Rob Weisberg, Nanne Dekking.

Photo Romain Jacquot.

Le contexte géopolitique actuel, marqué par la montée des nationalismes et la crise écologique, laisse entrevoir les limites d'un modèle qui semblait jusqu'alors hégémonique : celui de la globalisation. Plusieurs interventions ont abordé l'enjeu territorial sous de différents angles et en ont soulevé les zones d'ombre : peut-on vraiment concevoir une foire écologique ? Prévoir les répercussions du Brexit ? Créer des systèmes de transport d'œuvres plus intuitifs ?

## Vers une « glocalisation » du marché

Si l'on sait que les principaux pôles du marché de l'art se concentrent sur trois continents (États-Unis, Europe et Chine), comme l'a rappelé Georgina Adam (journaliste au *Financial Times* et au *Quotidien de l'Art*) lors de l'introduction de la table ronde intitulée « La relocalisation du marché », certaines galeries choisissent de s'installer hors du circuit principal. C'est le cas de la Galleria Continua, dont les antennes sont à La Havane, Les Moulins (Boissy-le-Châtel, Île-de-France) et Pékin. De tels choix s'opèrent en fonction des besoins de chaque initiative. Cécile Verdier, présidente de Christie's, signalait par exemple qu'une maison de ventes était forcément à la fois locale et globale : les bureaux doivent être présents à la fois dans les lieux où se trouvent les œuvres, afin de se les procurer, ainsi que dans des villes à projection

internationale (où sont concentrés de nombreux clients potentiels) pour les vendre. Les enjeux sont différents pour une foire : Nanne Dekking (président de la Tefaf) expliquait que l'expansion, en 2016, de la foire à New York avait permis d'attirer plus de clients américains à Maastricht et ainsi consolider progressivement sa place auprès de capitales artistiques comme Londres, New York, Hong Kong ou Shanghai. De son côté, Rob Weisberg, président-directeur d'Invaluable, plateforme de vente en ligne d'œuvres, a signalé que la technologie estompe la limite qui séparait autrefois les deux notions : « *Le global est le nouveau local : nous voulons que n'importe qui puisse acheter une œuvre aux enchères depuis son canapé* », a-t-il affirmé. Une menace pour les enchères traditionnelles ? « *La moitié des 30% de nouveaux acquéreurs que nous avons obtenu cette année ont été obtenus via les enchères en ligne* », explique Cécile Verdier, tempérant toutefois qu'il est « *nécessaire de cultiver les relations humaines entre les spécialistes et les collectionneurs* » afin d'adapter le discours en fonction de leurs besoins.

## Convelio : comment fluidifier le transport d'œuvres

Constatant le besoin de simplifier la logistique du transport d'œuvres, Édouard Gouin et Clément Ouizille ont fondé Convelio en 2017. La plateforme offre entre /...

autres la possibilité de réaliser un devis en ligne et faire appel à une livraison de manière instantanée, en quelques clics. « *Les ventes en ligne se sont accrues de 11%, contre 6% pour les ventes traditionnelles, et la tendance ne semble pas s'arrêter. En 2018, 93% des millenials possédant un fort pouvoir d'achat se sont procurés une œuvre d'art en ligne. Avec la génération X ils sont nombreux à préférer l'achat d'œuvres online* », a expliqué Édouard Gouin. Ce dernier a annoncé, le même jour, en exclusivité, que l'entreprise franchissait un pas de plus dans cette même direction : la signature d'un partenariat avec la plateforme de vente en ligne pour la standardisation des tarifs d'envoi d'œuvres d'art. Les utilisateurs du site pourront dès la fin de l'année solliciter Convelio pour la livraison d'œuvres, et bénéficier ainsi de l'assurance complète AXA, des délais d'expédition optimisés, et la traçabilité de leurs expéditions grâce à un numéro de suivi, entre autres.

### **Brexit : quel avenir pour Londres ?**

Restées floues depuis le référendum, les conséquences du Brexit menacent potentiellement la place privilégiée de Londres sur la carte mondiale de l'art. Elles offrent en même temps l'opportunité à Paris de s'affirmer comme nouvelle capitale artistique européenne, comme l'évoquait Franck Riester, ministre de la Culture, dans son discours d'ouverture. La question a été abordée lors de la table ronde animée par Fabrice Bousteau (directeur des rédactions de *Beaux Arts magazine* et du *Quotidien de l'Art*), Touria El Glaoui (fondatrice de la foire d'art contemporain africain I-54) et Michele Casamonti, fondateur de la galerie Tornabuoni Art. Initialement optimiste, Casamonti se montre aujourd'hui plus sceptique face aux implications du Brexit : « *Quatre importants collectionneurs, dont les collections représentent plusieurs millions d'euros, ont souhaité les déplacer en Europe* », a-t-il signalé, précisant que le manque d'informations s'est avéré le plus nuisible. « *Aucune circulaire officielle ne précise pour l'instant les taux*



Photo Romain Jacquot.

*de réimportation d'œuvres en Europe. Le risque existe que la TVA change d'un jour à l'autre* », a-t-il expliqué. Touria El Glaoui a pour sa part souligné que les ressorts négatifs ne sont pour l'instant que des hypothèses. Fixée à 5%, la TVA du Royaume-Uni pourrait aussi évoluer vers le bas : « *On parle souvent du pire scénario, mais nous aurons peut-être une TVA à 0% comme aux États-Unis* », a-t-elle noté. À ce stade, l'impact principal concerne notamment les perceptions : « *Les conversations avec des clients tournent parfois autour du Brexit et les médias ont tendance à aborder les expositions à travers ce prisme* », affirme Casamonti. *La situation à Hong Kong peut avoir des effets plus graves sur le long terme que le Brexit, qui est finalement une question de réorganisation fiscale. Tôt ou tard il y aura une décision, suivie par une période d'adaptation. Le pire reste pour l'instant l'incertitude* », poursuit-il.

### **L'art face au défi écologique**

La question de l'urgence écologique, évoquée lors de l'ensemble des conférences, que ce soit au fil des discussions ou par le public, reste toutefois sans réponse. Comment une entreprise de transport peut-elle réduire son empreinte carbone ? Et une foire ? Des solutions pour diminuer les voyages sont pour l'instant proposées par la technologie, via des plateformes de vente en ligne ou de visite virtuelle, comme Google Art Project. Reste à voir si le modèle prendra le dessus sur la dimension physique : « *Je ne pense pas que les sessions de vente aux enchères disparaîtront un jour, il s'agit d'une expérience très humaine* », notait Cécile Verdier. Nanne Dekking a indiqué de son côté que malgré les mesures prises pour réutiliser les structures temporaires des foires, aucune alternative immédiate n'existe à ce jour pour réduire l'empreinte carbone qu'elles entraînent : « *Peut-être qu'à l'avenir les foires se visiteront virtuellement* », a-t-il conjecturé. Le temps dira...



Photo Romain Jacquot.

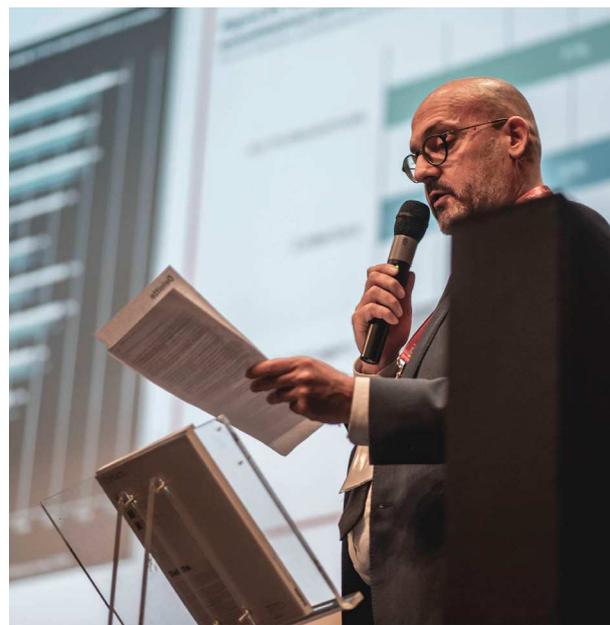
Michele Casamonti, Fabrice Bousteau, Touria El Glaoui.

[lequotidiendelart.com/the-art-market-day](http://lequotidiendelart.com/the-art-market-day)

## BILAN



Photos Romain Jaccout.



Adriano Picinati di Torcello.

# Art Market Day 2019 : le marché de l'art, la Big Data et l'art numérique

La 2<sup>e</sup> édition de la conférence internationale sur le marché de l'art organisée par *Le Quotidien de l'Art* a réuni, le 18 novembre au Grand Palais, des professionnels venus du monde entier. Retour sur les temps forts (2/3).

**Marine Vazzoler**

S'il est indéniable que la technologie a atteint un niveau de maturité important, est-ce que le marché de l'art s'est emparé des outils qu'elle propose ? Les données numériques et leur utilisation sont-elles en mesure de l'impacter positivement ? Peut-on faire confiance à la data ? Existe-t-il un marché pour l'art numérique ? Autant d'épineuses questions qui furent étudiées lors de cette deuxième édition de The Art Market Day.

## La Big Data, un gain de temps pour le marché de l'art ?

« Si l'on n'est pas présent en ligne aujourd'hui, l'on n'existe pas », lance la directrice des partenariats de ART Aleksandra Artamonoskaja. Et de s'interroger : le monde de l'art, les galeries ou maisons de ventes sont-elles vraiment visibles sur la toile ? Certains le sont, d'autres ont besoin d'un coup de pouce et d'un bon nom de domaine que l'analyse de données numériques peut leur offrir. C'est, en tout cas, ce que garantit .ART qui, grâce à l'analyse *offline* et *online* de l'ensemble des recherches réalisées sur des milliers

de noms aide les galeries à « trouver le bon nom » et ainsi augmenter leur présence digitale et mieux communiquer avec leur audience. Que l'analyse de la data est un outil précieux, Artnet dit l'avoir compris depuis longtemps : la plateforme met à disposition de ses utilisateurs plusieurs rapports dont le Artnet Analytic qui donne une vision large de l'ensemble des données qu'ils récoltent mais aussi un Artists Report qui relate des informations telles que « *quels artistes sont vendus où ? Et à quels prix ?* ». Cette analyse des données devrait permettre de « réduire le fossé entre la finance et le marché de l'art » se persuade Sophie Neuendorf de chez Artnet. Pourtant, le marché de l'art reste frileux : « On observe un consensus et les professionnels, art advisors ou collectionneurs sont globalement assez d'accord pour interroger le niveau de confiance que l'on peut mettre dans la data » nuance Adriano Picinati di Torcello, directeur de Deloitte Art & Finance. Manque de transparence ? Peur du pillage des données ? Le marché de l'art a encore besoin d'être guidé. Pourtant son utilisation intelligente « permet /...



Bernardine Bröcker Wieder, Marie-Anne Ferry-Fall, Elena Zavelev.

*d'avoir des informations bien plus rapidement et nous fait économiser du temps de recherche* » défend Dorit Strauss, conseillère chez Wondeur. L'entreprise a d'ailleurs mis au point une intelligence artificielle permettant l'analyse et la comparaison de la carrière d'artistes contemporains. Ces données sur les artistes sont issues de sources différentes, collectées au sein d'une data base et vérifiées en temps réel. Et Pontus Silfverstolpe de Barnebys de conclure : « *La Data est de l'information et leur analyse leur donne une valeur.* » Tout simplement.

### **Catawiki ou l'art de curater une plateforme de vente en ligne**

Comment accroître ses ventes en ligne de produits aussi divers que des œuvres d'art, des bouteilles de vin ou des voitures de luxes ? Comment faire en sorte que l'utilisateur de la plateforme s'y retrouve ? C'est les questions que se pose Catawiki qui cède, sur internet, plus de 80 catégories de produits et quelque 50 000 objets aux États-Unis, en Europe et en Asie... La plateforme a, ainsi, récemment décidé de classer les biens de manière plus spécifique et d'uniformiser davantage ses propositions dans un marché de l'art de plus en plus global.

### **La naissance du marché de l'art numérique**

Encore aujourd'hui, l'art numérique est à la périphérie du marché de l'art. « *Peut-être que dans les 50 prochaines années, cette forme d'art se tiendra plus au centre du marché de l'art général* » demande Bernardine Bröcker Wieder, directrice de Vastari Group. Mais qu'entend-on par art numérique ? Selon la manager générale à l'ADAGP Marie-Anne Ferry-Fall, l'art numérique est à différencier de l'art digitalisé et des œuvres d'art



Georgina Adam, Cécile Verdier, Rob Weisberg, Nanne Dekking.

faites de manière digitales : « *Les œuvres d'art numériques sont des œuvres initialement pensées, conçues et réalisées de manières digitales soit dans une interactivité, avec des algorithmes etc.* » Aucune législation particulière n'entoure cette forme d'art, ce qui, dans certains cas, inquiète les collectionneurs et potentiels acheteurs. En effet, si le marché de l'art numérique est encore très petit, il existe une base de collectionneurs en quête de certificats d'authenticité et d'assurances que l'œuvre désirée est unique. La directrice de l'art foire d'art numérique CADAF Elena Zavelev et Nanne Dekking, président de la Tefaf se souviennent d'ailleurs que le collectif d'artistes numériques Breakfast avait non seulement fait sold out lors de la dernière édition de la Tefaf à New York. « *C'est également leur travail qui avait été le plus posté sur les réseaux sociaux* » se réjouit Nanne Dekking. Preuve s'il en est que l'art numérique va rapidement trouver sa place, à la fois dans l'histoire de l'art et son marché.

Art Market Day 2019.



Photos Romain Jacquot.



## BILAN

# Art Market Day 2019 : financement, blanchiment et stockage

La 2<sup>e</sup> édition de la conférence internationale sur le marché de l'art organisée par *Le Quotidien de l'Art* a réuni, le 18 novembre au Grand Palais, des professionnels venus du monde entier. Retour sur les temps forts (3/3).

**Par Laure Martin, Alison Moss et Marine Vazzoler**

## Professionnels du monde de l'art : comment s'aligner sur la 5<sup>e</sup> directive anti-blanchiment ?

Dès le 10 janvier 2020, la 5<sup>e</sup> directive européenne relative à la lutte contre le blanchiment et le financement du terrorisme va être transposée dans les pays membres de l'Union européenne. Quelles conséquences cela va-t-il avoir sur les professionnels du monde de l'art ? Pour Eléonore Peyrat de la Direction générale du Trésor « *le marché de l'art peut être une cible pour certains criminels très organisés qui peuvent chercher à blanchir des fonds obtenus de manière illicite ou alors également utiliser des trafics pour financer des activités terroristes* ». En effet, le marché clandestin dans le secteur de l'art sur les financiers illicites serait estimé à 3 milliards de dollars donc cette législation « *n'est pas là pour contraindre les professionnels de l'art,*

*assure Eléonore Peyrat. Mais bien pour essayer de vous protéger contre l'instrumentalisation de votre secteur par des criminels* ». Ainsi, cette directive demande 4 choses aux professionnels : mettre en place des mécanismes de contrôle interne et essayer de tracer les différents flux, vérifier l'identité de ses clients, se demander quelle est la finalité de la transaction et qui est le bénéficiaire effectif final de celle-ci et enfin, tenter de détecter les « *comportements douteux ou soupçonneux* » et déclarer ces suspicions pour se prémunir d'un abus potentiel. Au niveau européen, tous les états membres vont devoir s'aligner sur cette directive et rapporter les soupçons à partir des transactions supérieures à 10 000 euros. Le directeur du Syndicat national des antiquaires, François Belfort, ajoute par ailleurs que « *communiquer sur un risque potentiel protège le professionnel qui ne peut, ainsi, être accusé de complicité de blanchiment ou de financement du terrorisme* ». Il nuance cependant et avoue que certains éléments de cette directive risquent d'être compliqués à appliquer : « *Dans nos métiers nous ne sommes pas habitués à demander une pièce d'identité au client qui pousse la porte d'une galerie, ou lui demande d'où vient l'origine de ses fonds avant de lui livrer un objet.* » Du côté des



François Belfort, Eléonore Peyrat et Jean-Pierre Osenat.



Photo Romain Jacquot.

Nicolas Chwat, directeur du centre de conservation du Crédit Municipal de Paris (CC Art).

commissaires-priseurs, le président du SYMEV, Jean-Pierre Osenat, avoue que certains de ses collègues risquent d'avoir à faire ces déclarations de soupçons « *et que ça leur revienne dessus puis qu'ils soient considérés comme des délateurs* ». Afin d'apaiser tout le monde et traduire plus simplement ces textes de loi, l'avocate et directrice de la Art Law Foundation Anne-Laure Bandle a créé l'initiative Responsible Art Market.

#### Comment accompagner au mieux les collectionneurs ?

Nicolas Chwat, directeur du centre de conservation du Crédit municipal de Paris (CC Art), est intervenu pour discuter de l'avenir du marché de l'art et des nouveaux besoins des collectionneurs. En préambule, il a souhaité s'appuyer sur l'étude menée par Nathalie Moureau, Dominique Sagot-Duvaurox, Marion Vidal, *Collectionneur d'art contemporain : des acteurs méconnus de la vie artistique*, publiée en 2003. Cette analyse permet d'établir les prémices de différentes typologies de collectionneurs en soulignant que 73 % des collectionneurs d'art contemporain sont des hommes, 2/3 ont plus de 50 ans et près de la moitié résident en Île-de-France. Au sein de son discours, Nicolas Chwat a tenu à rappeler que seuls 8 % des collectionneurs possèdent un lieu d'exposition dédié, et que 27 % seulement disposent d'un lieu de réserve pour leurs œuvres non exposées – le domicile demeurant, dans ce cas, le principal lieu de stockage. En se basant sur ce faible pourcentage, la CC Art souhaite accompagner les collectionneurs en proposant des services de conservations et restaurations, de stockages appropriés ou encore d'aides en assurances. L'évolution du marché de l'art a également été évoquée à travers le développement de nouvelles missions liées à l'information des collectionneurs sur l'évolution des cotes en fonction des publications et expositions à venir, la mise en relation avec des spécialistes des acteurs du marché de l'art et les nouvelles potentialités de nantissement.



Photo Romain Jacquot.

Roxana Azimi, Stéphane Mathelin Moreau, Christophe Gaillard, Eric Deremaux et Edouard Tunc.

#### Galleries et financement : vers de nouveaux modèles

L'inauguration, en septembre, de l'espace colossal (25 000 m<sup>2</sup> !) de la galerie Pace à New York en a témoigné : les galeries sont actuellement en pleine mutation. « *Les galeries aujourd'hui ne peuvent plus se contenter d'attendre chez eux et doivent aller de leurs audiences* », a rappelé Roxana Azimi (conseillère éditoriale de l'*Hebdo du Quotidien de l'Art*). Les galeries sont confrontées à de nouvelles contraintes : la nécessité de développer leur stratégie digitale, produire des œuvres de plus en plus hybrides, ambitieuses, et souvent coûteuses. Quelles stratégies doit déployer une galerie afin de prospérer dans cet écosystème ? Deux galeristes (Christophe Gaillard, de la galerie du même nom, et Éric Deremaux, co-fondateur de la galerie RX) et opérateurs financiers (Neuflize OBC et l'IFCIC) se réunissaient pour aborder les deux points de la question. La première interrogation était d'ordre stratégique : faut-il prévoir un business plan ? « *C'est un métier de passion, nous n'allons donc pas prévoir ce que va acheter le collectionneur. Il s'agit de mobiliser les gens autour de soi, passionnés, amis, partenaires, financiers capables de faire avancer un projet* », a répondu Christophe Gaillard. Stéphane Mathelin Moreau (Senior Advisor de la banque Neuflize OBC) a, de son côté, affirmé la valeur très relative d'un business plan dans ce secteur : « *Ce n'est pas crédible : on ne peut pas prévoir si l'artiste aura du succès ou quel artiste on aura* », a-t-il noté. La banque, spécialisée dans le marché de l'art, prend en considération les critères de moralité, professionnalisme et solvabilité pour accorder des prêts. De son côté, l'IFCIC, établissement de crédit privé destiné aux organismes du champ du ministère de la Culture, facilite les prêts en proposant des garanties aux banques et son expertise pour formuler les demandes. Afin d'assurer sa longévité dans un milieu de plus en plus compétitif, les méthodes sont diverses : Christophe Gaillard annonçait la création d'un nouvel espace en Normandie, tandis qu'Éric Deremaux a évoqué la diversification des revenus, en louant son espace pour des événements.