

IUT PARIS DESCARTES

Etude de secteur

Les galeries d'Art

Alix Douillet - Rémy Nadal – William Budon
PMO 2 Equipe H

Décembre 2012

Notre étude de secteur se base sur les galeries d'Art et donc sur le marché de l'Art en général puisque notre stage s'effectue au sein de la galerie Daniel Besseiche située dans le 6^e arrondissement de Paris.

Le marché de l'art est en perpétuelle mutation. La libéralisation des ventes aux enchères, la financiarisation du marché de l'art, et le rapprochement du monde de l'art et du luxe constituent les dernières tendances du marché.

Sommaire

I.	Le marché de l'art	3
A.	Le début du marché de l'art.....	5
B.	Des mouvements variés.....	6
II.	Les acteurs du marché de l'art.....	7
A.	Le métier de galeriste	7
B.	Les maisons de vente aux enchères.....	7
C.	Les artistes.....	10
D.	Collectionneurs.....	11
E.	Sponsoring et mécénat	12
F.	Un élément clef pour les galeries : les foires et salons.....	14
III.	Le marché de l'art entre crise économique et révolution numérique.....	20
A.	Un secteur affecté par de nombreuses crises.....	20
B.	...Mais qui semble plutôt bien s'en sortir	21
C.	Une importante révolution numérique ?.....	22
D.	Un marché globalisé et l'importante place de la Chine.....	23
IV.	Etudes de cas	25
A.	Galerie Vallois :.....	25
B.	Galerie Protée :	28
C.	L'amour de l'Art.....	30
D.	Carré d'artistes.....	31
	ANNEXE 1 : Les maisons de vente ayant réalisé le plus de vente en 2008-2009.....	35
	ANNEXE 2 : Les dix premières places de marché aux enchères d'art contemporain.....	35

I. Le marché de l'art

Le marché est le lieu de rencontre entre l'offre et la demande, dans un lieu donnée et à une date donnée.

Selon le code général des impôts pour qu'une réalisation soit considérée comme une œuvre d'art, elle doit correspondre à 2 critères : L'œuvre doit être entièrement exécutée à la main par l'artiste, on privilégie ici le travail manuel. Le second critère prend en compte le nombre réduit (voire unique) de pièces. Par exemple pour qu'une céramique soit reconnue comme œuvre d'art il faut qu'elle soit signée par l'artiste et unique. A contrario les sculptures peuvent être créées en 8 exemplaires maximum pour être considérée comme œuvre d'art.

Le marché de l'art français bénéficie d'une fiscalité particulière : les œuvres d'art ne sont par exemple pas incluses dans la base d'imposition de l'ISF.

La vente des œuvres d'art est soumise à l'autorité du ministère de la Culture, des Finances et des Douanes : l'exportation des œuvres pouvant être interdite par le classement d'office.

Le marché de l'art se compose en 2 grandes parties :

- Un marché privé dont le chiffre d'affaires n'est pas ou peu connu. C'est la vente par l'intermédiaire des galeries.
- Un marché de ventes aux enchères dont les chiffres et résultats sont seuls publiés et connus. C'est la vente par l'intermédiaire de commissaire-priseur.

Selon l'encyclopédie Universalis « *Il n'existe pas un, mais plusieurs marchés de l'art. La distinction majeure se situe entre le marché des œuvres « classiques », au sens de « classées », intégrées dans le patrimoine historique, et le marché des œuvres actuelles. Le modèle de référence pour l'ensemble de ces marchés est celui de la constitution de la valeur du chef-d'œuvre ancien, caractérisé par son excellence artistique et sa rareté extrême. Le marché dont dépendent, au moins partiellement, la reconnaissance sociale des créateurs et leurs moyens d'existence est le marché de l'art contemporain* ».

Il existe plusieurs façons de segmenter le marché de l'art. Nous en présenterons deux, l'une concernant le type d'œuvre, l'autre concernant le prix des œuvres

- **Marché des chromos** .C'est le marché des reproductions. Les artistes reproduisent des œuvres déjà présentes. Il est souvent considéré comme moins imaginaire pour l'artiste.
- **Marché de l'art classé (art ancien)**. La principale caractéristique de ce marché est l'unicité de l'œuvre, « le produit unique du travail indivis d'un créateur unique. ». Les œuvres sont souvent les plus chères du marché de l'art.
- **Marché de l'art contemporain**. Les œuvres de 1945 à de nos jours. L'art contemporain est composé de plusieurs mouvements (tel Pop art ou encore le nouveau réalisme). C'est celui qui actuellement a le plus gros volume de vente avec des œuvres allant de moins de 2 000€ à 300 000€ environ.

Ce second exemple de segmentation propose une segmentation par les prix. Ici on ne prend en compte uniquement le prix des ventes aux enchères car le prix est connu et public.

- **Le segment abordable** : le prix est situé à moins de 5 000€. Ce sont principalement des œuvres de jeunes artistes. Ce sont souvent des amateurs occasionnels hors du « cercle fermé des collectionneurs »
- **Le segment des collectionneurs aisés** : Le prix est situé entre 3 000€ et 30 000€. Généralement il s'agit d'amateur aisé mais pas fortuné
- **Le segment des VIP** : Le prix est supérieur à 50 000€. Ce segment concerne moins de 1/1000 collectionneurs, c'est celui des grandes maisons de ventes tel Christie's

Il existe une rivalité entre les galeries et les maisons de vente aux enchères. En effet dans les galeries le prix est opaque, il peut être difficile à obtenir. Les chiffres d'affaires et résultats que nous présentons dans ce document sont issus d'Infogreffe et sont accessibles librement. Les gérants de galeries se montrent très réservés sur ces données qui permettraient finalement d'influencer la cote d'un artiste. En revanche les maisons de ventes aux enchères comme Sotheby's ou Christie's doivent obligatoirement fournir les prix. Mme Richard la responsable de la galerie Daniel Besseiche à Paris nous a indiqué que le site Artprice proposant le prix de vente des artistes « librement » pouvait avoir une très mauvaise influence sur la cote des artistes, il permettait d'évaluer une cote qui ne représentait pas toujours la réalité.

Dans le livre « *Le marché de l'art Contemporain* » de Dominique Sagot-Duvaurox et Nathalie Moureau les deux auteurs parlent du prix en galerie que serait encore « *relativement ancrés sur les coûts de production et dépendent de la taille et de la technique utilisée* » et que

le prix est fonction de trois facteurs principaux : « *le nombre d'expositions réalisées, l'évolution de la demande, l'achat d'œuvres et la reconnaissance de l'artiste opérée par les institutions* ».

A. Le début du marché de l'art

En Europe avant le XVe siècle, il n'y avait pas réellement de marché d'art. L'artiste était assimilé à un artisan puisqu'il créait des œuvres sur commande souvent pour une personne issue de l'aristocratie. Il s'agissait d'un contrat, dont la forme, le thème et la fonction étaient définies à l'avance. La rémunération de cet « artiste-artisan » dépendait en partie de la qualité du produit final et de la réputation des deux parties.

La deuxième moitié du XVe siècle voit l'apparition d'un marché d'art à Bruges et à Florence. A Bruges on encourage les habitants à acquérir des œuvres d'arts afin de décorer leurs demeures notamment grâce à une offre bon marché. Ce sont des marchands, c'est-à-dire une classe plutôt aisée qui peuvent se permettre d'acquérir ce genre d'œuvre.

Au XVIIIe siècle on commence à voir l'apparition des ventes aux enchères pour les objets d'art. A l'origine les ventes aux enchères permettaient aux marchands de se débarrasser de leurs invendus, cela semblait au début incompatible avec l'art. Mais avec l'ouverture des maisons de vente tel Sotheby en 1744, ou encore Christie's en 1766 qui misent sur le marché de l'art, on commence à vendre des œuvres d'art aux enchères.

Les galeries d'art apparaissent dans la seconde moitié du XIXe siècle

En matière de marchand d'art, Paul Durand Ruel fut l'un des pionniers. Ce français né en 1831 suit les traces de son père (lui-même marchand d'art) tout en modernisant l'activité et en se fixant des lignes directrices :

- Protéger et défendre l'art avant tout
- L'exclusivité du travail des artistes
- Des expositions individuelles
- Un réseau de galeries internationales
- L'accès gratuit aux galeries ainsi qu'à son appartement
- Promouvoir le travail des artistes par le biais de la presse
- Associer le monde de l'art à celui des finances

Durant sa vie il cherche à promouvoir le mouvement impressionniste à travers le monde. Il possédera jusqu'à 12 000 tableaux de Monet, Manet, Renoir, Pissarro et de bien d'autres

artistes. Il organisera diverses expositions notamment en Amérique qui permettront de faire connaître le mouvement Impressionniste au monde entier.

Le développement du marché de l'art a eu pour conséquence une transformation en logique de marché. Au même titre qu'un produit « lambda » l'artiste doit trouver un acquéreur et une personne acceptant d'exposer, ce qui n'est pas du tout son métier. Or actuellement c'est la principale préoccupation des artistes : à savoir quelle galerie acceptera d'organiser une exposition en leur nom.

B. Des mouvements variés

Un mouvement artistique est un ensemble d'artiste et d'œuvres ayant des traits communs affichés. Ils sont nombreux et leur durée varie entre plusieurs mois et quelques décennies pour les plus importants.

Moderne

L'art moderne commence en 1907 et s'achève dans les années 60. Il comprend des mouvements tels que le fauvisme et le dadaïsme. Pablo Picasso grande figure du cubisme appartient à cette époque. L'un des tout premiers à employer ce terme est Charles Baudelaire qui, dans *Le Peintre de la vie moderne*, appelle de ses vœux la création d'un art spécifiquement de son temps.

Abstrait

L'avènement de l'art abstrait serait au début du XXe siècle, plus précisément en 1910. L'art abstrait se caractérise par l'indépendance de la forme. Kasimir avec son « *Carré Noir sur Fond Blanc* » est l'un des plus représentatifs de l'art abstrait.

Contemporain

L'art contemporain commencerait dans les années 1945 soit après la seconde guerre mondiale. C'est un art qui se veut actuel, il succède à l'art moderne. L'art contemporain serait « l'art qui se fait aujourd'hui ». Mais sa définition inclus une contradiction. Quel est la limite temporelle de l'art contemporain ?

II. Les acteurs du marché de l'art

A. Le métier de galeriste

Un ou une galeriste est celui ou celle qui tient une galerie, un lieu aménagé, pour recevoir une collection d'art.

Mais la crise a modifié les méthodes de travail et le métier de galeriste n'est plus celui qu'il était. En effet en quelques années la profession de galeriste s'est définitivement débarrassée de l'image d'amateurisme qui lui « collait à la peau ».

Le galeriste n'est plus le personnage immobile derrière son bureau, attendant désespérément la venue d'un client, son domaine d'intervention s'est largement étendu. Ce dernier ne se limite plus à la promotion des artistes et à l'exposition de leurs œuvres car l'Art s'est industrialisé et s'industrialise. Les installations, la production engendrent des coûts importants et obligent les galeristes à trouver des partenariats, des entreprises ou des collectionneurs privés. La charge administrative, financière, de marketing et de communication ne cessent donc de croître : le métier de galeriste se complexifie (cumul des fonctions et ambiguïté).

Mais l'Art ne cantonne pas à une certaine « industrialisation », il s'internationalise ! Obligeant les galeristes à imposer leurs artistes au-delà de leurs frontières (souvent non sans peine car les artistes français sont difficilement imposables sur la scène nationale et internationale alors pourquoi donc les étrangers leur accorderaient de l'attention, nous explique le directeur de la galerie Louis Carré & Cie).

On voit donc que les galeries aiguillent, conseillent, financent l'artiste, et sont bien plus que des agents commerciaux. Tout leur enjeu est de développer une identité forte, qui dépasse le cadre du travail de ses artistes. Les galeries prennent effectivement des risques importants, en s'engageant auprès d'artistes au début de leur carrière, ou en promouvant leurs dernières créations dont on ne peut savoir, à l'avance, quel en sera le succès commercial.

B. Les maisons de vente aux enchères

Les maisons de vente animent le second marché (contrairement aux galeries qui se consacrent au premier marché, acquéreurs d'œuvres), à savoir celui où les œuvres ont déjà été vendues par une galerie et sont remises sur le marché par leur propriétaire. Ces maisons offrent ainsi

un service complémentaire à celui des galeries, qui interviennent occasionnellement sur le second marché.

Les maisons de vente bénéficient indirectement du travail des galeries, parfois quelques années seulement après que celles-ci aient vendu une œuvre, mais le plus souvent plusieurs dizaines d'années après.

Le 1^{er} janvier 2012 la possibilité d'effectuer des transactions de gré à gré (deux parties libres de contracter et normalement informées) a été offerte aux maisons de vente en France, s'alignant ainsi que le modèle britannique et américain. Ceci a eu un effet secondaire : les maisons de ventes se prennent désormais pour des galeries et organisent des expositions plus ou moins commerciales.

Ces expositions ne se font bien évidemment pas au plus grand bonheur des galeristes et marchands qui estiment que leur terrain est déjà suffisamment rogné comme cela par ces maisons de vente, puissantes et aux fichiers mondialisés.

Pourtant, la plupart de ces événements sont organisés avec l'appui de quelques galeries. L'idée est en fait de trouver un autre relais à des créateurs que certaines galeries sont parfois seules à défendre.

Selon le site « Art Media Agency » le classement des meilleurs sociétés de ventes aux enchères françaises d'Art et d'Objets de collection en 2011 était : Sotheby's France, Christie's France, Artcurial-Briest-Poulain-F.Tajan, Piasa, Tajan, Million et associés, Claude Aguttes, Cornette de Saint Cyr Maison de Ventes, Pierre Bergé et Associés et Beaussant-Lefevre etc...

Voici la présentation de trois d'entre elles afin d'avoir un aperçu de leur ampleur nationale et internationale :

1) Sotheby's

Sotheby's est une société cotée à la Bourse de New York, sous le symbole BID. Le département Investor Relations actualise les informations financières de la société pour les communiquer aux investisseurs.

Des ventes historiques ont marqué la mémoire des professionnels et des amateurs comme celle des bijoux de la duchesse de Windsor, la succession de Jacqueline Kennedy Onassis, Aristote contemplant le buste d'Homère de Rembrandt, Le Massacre des Innocents de Rubens, Le Garçon à la Pipe de Picasso... Et les ventes de Londres, New York, Paris, Genève et Hong Kong sont, à chaque saison, l'occasion d'établir de nouveaux records.

Aujourd'hui, Sotheby's dispose de 90 bureaux répartis dans 40 pays et organise plus de 250 ventes aux enchères par an, dans 70 domaines de collection. Grâce à BidNow, les clients peuvent suivre en direct toutes les ventes Sotheby's, et enchérir en ligne et en temps réel, où qu'ils se trouvent dans le monde. Notre site Internet offre à ses visiteurs un contenu à la pointe de l'actualité artistique.

Sotheby's France organise une trentaine de ventes aux enchères chaque année dans les domaines suivants: Art Impressionniste & Moderne, Art Contemporain, Arts d'Afrique et d'Océanie, Arts d'Asie, Arts Décoratifs du XXe siècle & Design Contemporain, Mobilier ancien, Sculpture et Objets d'Art, Orfèvrerie Européenne, Livres & Manuscrits, Tableaux et Dessins Anciens et du XIXe siècle, Histoire Naturelle et Photographie. Des experts en Art Russe (Tableaux, Orfèvrerie et Objets d'Art) et Joaillerie sont également présents à Paris.

2) Christie's

Christie's vend des œuvres d'art, des tableaux, du mobilier, des bijoux et du vin depuis que James Christie a tenu sa première vente à Londres le 5 décembre 1766.

Depuis ce jour, Christie's s'est développée et diversifiée pour devenir la plus grande maison de vente aux enchères. Christie's organise des ventes dans plus de 80 spécialités comme les Arts Décoratifs, les Bijoux et les Vins Fins ainsi que pour divers autres Objets d'Art.

Première maison de vente aux enchères dans le monde, Christie's organise près de 1000 vacations par an, couvrant 80 spécialités, dans ses salles en Australie, aux Etats-Unis, en Grande-Bretagne, à Hong Kong, en Israël, en Italie, aux Pays-Bas, en Suisse, ou en France. Grâce à son implantation mondiale, Christie's a la possibilité d'être en rapport avec vendeurs et acheteurs de tous les continents.

3) Tajan

Tajan a un savoir-faire reconnu dans de nombreux domaines en particulier sur les Arts Décoratifs du XXe siècle et le Design, la Sculpture 1850-1950, les Bijoux et les Montres, l'Art Contemporain, les Tableaux et Dessins Anciens, la Haute Epoque et la Céramique, les Arts d'Asie et d'Orient...

Ses abonnements de catalogue sont souscrits dans 110 pays différents. De plus en 2009 la société a recensé des acheteurs de 57 nationalités différentes. Une partie de ses ventes est

réalisée à l'étranger : principalement aux Etats-Unis, en Suisse et dans la communauté européenne (Zurich, Genève, Bruxelles...).

C. Les artistes

Etre artiste n'est pas un métier des plus faciles car il faut savoir se maintenir dans un environnement de travail et de projets souvent « turbulents », prendre appui sur les qualités qui ont été reconnues et apprendre sans cesse à savoir se renouveler pour éviter que l'estime ou l'attention qu'on lui porte ne faiblisse.

Mais être artiste, c'est aussi réussir à se créer ses réseaux de collaboration pour se procurer les informations, les idées nouvelles, et les projets de travail indispensables.

Les artistes d'aujourd'hui se comptent par milliers et leurs côtes divergent selon la presse, les établissements, les analyses, les sondages etc...

Selon le site internet « Har'mony », se basant sur les ventes de 2010-2011 ce top 10 donnerait place en premier à l'américain Jean-Michel BASQUIAT, puis au chinois Fanzhi ZENG, suivi de l'américain Jeff KOONS, des chinois Xiao Gang ZHANG et YiFei CHEN, de l'américain Richard PRINCE, du chinois Yidong WANG, du japonais Takashi MURAKAMI, du britannique Damien HIRST et enfin du chinois Chunya ZHOU.

En revanche selon Google, le top 10 des artistes les mieux cotés seraient les Britanniques David HOCKNEY, Damien HIRST et Lucian FREUD, les Américains Jeff KOONS, Chuck CLOSE, Jasper JOHNS, l'Allemand Gerhard RITCHER, le Japonais Takashi MURAKAMI, la Française Sophie CALLE et enfin l'Allemand Anselm KIEFER.

L'on retrouve tout de même ces noms dans les analyses de la FIAC et d'Artprice (leader mondial de l'information sur le marché de l'art). En effet selon le journal des Arts en 2011, Artprice a analysé les tendances du marché de l'art et dressé un classement des 500 artistes contemporains actuels les plus cotés. Ne sont concernés par ce palmarès que les artistes nés depuis 1945, au vu de leurs résultats obtenus en ventes aux enchères entre le 1er juillet 2010 et le 30 juin 2011. Ce qui signifie que l'artiste le plus coté est celui dont le produit des ventes publiques dans le monde est le plus élevé. A la tête de ce « Top 500 », les Etats-Unis et la

Chine se partagent les honneurs. Jean-Michel BASQUIAT se place à la première place, cumulant 54 709 532 euros de ventes. Avec près de 30 200 000 euros de ventes, Jeff KOONS obtient quant à lui la troisième place. L'artiste chinois Fanzhi ZENG et ses 40 000 000 euros arrivent en deuxième position, devant Xiaogang ZHANG et Yifei CHEN, qui font également partie du « Top 5 » de ce « Top 500 ».

On retiendra les 6 français sélectionnés également : Robert COMBAS, Pierre et Gilles, Jules de BALINCOURT, Richard ORLINSKI et Philippe PASQUA

D. Collectionneurs

Deux types de collectionneurs selon les galeristes :

Lors de notre étude de marché nous avons pu interroger les différents galeristes sur les collectionneurs. Ceux-ci nous ont très souvent répondu qu'il y avait deux types de collectionneurs : « les avertis » et les « bling bling ».

Dans le premier cas il s'agit de personnes ayant du goût et étant très bien informé sur l'Art en général. Il s'agit donc de collectionneurs plutôt pointilleux qui savent très bien ce qu'ils recherchent et ce pourquoi ils achèteront.

Et puis il y a les autres, qui ont beaucoup de moyens et qui ne savent pas vraiment ce que la toile représente. Ils achètent surtout par effet de mode, en fonction des tendances actuelles du marché. Il s'agit quelques fois de personnes qui viennent d'avoir beaucoup d'argent d'un coup et qui sont capables d'acheter n'importe quoi du moment que cela suit la mode.

La situation économique favorable du Qatar favorise la famille royale :

De façon plus générale, d'après le site Blouin Artinfo, la famille royale du Qatar serait le plus gros collectionneur d'Art contemporain (après avoir acheté en 2011 Les joueurs de cartes de Paul Cézanne au prix record de 188,7 millions d'euros). La famille Al-Thani est connue pour ses dépenses faramineuses dans l'art moderne et contemporain qui leur a valu d'être élu « le plus grand acheteur d'art du marché » par The Art Newspaper.

Situé près du sud-est de la péninsule arabe, le Qatar est en concurrence culturelle avec son voisin Abu Dhabi. En 2008, le Qatar a inauguré son Museum of Islamic Art; en 2010, il a

ouvert le Mathaf : Arab Museum of Modern Art ; et, en 2014, le Qatar National Museum rouvrira ses portes dans un nouveau bâtiment réalisé par Jean Nouvel.

Abu Dhabi, pour sa part, construit ses propres musées dont le Louvre et le Guggenheim, sur l'île de Saadiyat (même si ces projets ne cessent d'être interrompus et relancés à cause des coûts de construction).

Le nouveau visage des collectionneurs :

En 10 ans le prix de l'art actuel a progressé de 108% (selon l'indice Art Price-Challenges), ce qui expliquerait en partie le boom de ces nouveaux collectionneurs.

« On les voit arriver depuis trois ou quatre ans. Ils ont autour de 35 ans, travaillent dans les milieux d'affaires, voyagent et s'informent beaucoup ». confirme la galeriste Nathalie Obadia. Certains de ces hommes n'achètent que pour faire un bon placement car l'argent investi dans les œuvres d'art échappe à l'impôt sur la fortune (IFS). Et, en cas de revente, les plus-values ne sont imposées qu'au taux de 5 %.

« Le fait que quelques grands entrepreneurs, comme François Pinault, Bernard Arnault ou Antoine de Galbert, l'un des héritiers de Carrefour (2), affichent aujourd'hui leur goût pour l'art contemporain a donné à ces œuvres une vraie légitimité auprès des milieux d'affaires », ajoute Jennifer Flay, directrice artistique de la Fiac, la Foire internationale d'art contemporain qui vient de faire un tabac à Paris.

« Collectionner de l'art contemporain est devenu le nouveau club des gens dans le coup », ironise Gilles Fuchs, le président de l'association française des collectionneurs (Adiaf). Agacé par cet engouement spéculatif - « aujourd'hui, les gens lisent davantage les catalogues de chez Christie's que les livres d'art ».

E. Sponsoring et mécénat

Différence mécénat/sponsoring culturels :

La pratique du mécénat et du parrainage (ou sponsoring) culturel est un excellent outil de communication interne/externe pour une entreprise. Mais attention, la loi (via le ministère de la culture) fait une différence entre ces 2 notions qui se rapportent aux mêmes secteurs que sont l'art et à la communication.

Le Sponsoring culturel correspondant à "l'aide matérielle apportée à une manifestation, une personne, à un produit ou à une organisation dans le but d'en retirer un gain direct".

Le mécénat culturel étant pour sa part "un soutien matériel apporté, sans contrepartie directe du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour la réalisation d'activités qui revêt un caractère d'intérêt général". Le soutien du mécène ou du parrain pouvant être d'ordre financier, en nature, technologique, en compétences ou en communication.

Chiffres (ADMICAL, carrefour du mécénat d'entreprises) :

Les entreprises choisissent le social, l'éducation et la santé à 58% ; le sport à 48% et la culture à 37 %. On remarque que les budgets dédiés au mécénat culturel a chuté de 2008 à 2010 (passant de 39% à 19% ; 19% représentant 380 millions d'euros).

Art Sponsor :

Art Sponsor est une association loi 1901, fondée par Sophie Bruère et François Gauvin depuis mars 2006. Son but est de promouvoir la création artistique de haut niveau, en accompagnant les créateurs dans la conception de leurs projets. Elle permet aux artistes/créateurs d'entrer en relation avec des acteurs de l'industrie susceptibles de les aider à réaliser leurs projets, par des conseils et du matériel techniques. Elle vise aussi à élargir leur réseau grâce à des rencontres avec des acteurs de la scène culturelle (représentants de fondations, managers de projets culturels privés et publics, etc.). L'association a pour vocation de découvrir de jeunes talents artistiques couvrant son domaine d'expertise (la lumière) et de les accompagner dans le développement d'un projet artistique. Son action s'articule autour de workshops (ateliers) où paysagistes, architectes, urbanistes et membres des entreprises partenaires enrichissent, par des séances d'échanges, les questionnements de l'artiste.

Pourquoi les budgets à la culture régressent-ils ? (trois facteurs)

- La quête de résultats rapides fait pression sur l'ensemble de l'entreprise, ce qui incite certains mécènes à favoriser des causes plus immédiates que le soutien à la culture (travail de longue haleine et difficilement mesurable à court terme).
- Le mécénat traditionnel est progressivement remplacé par mécénat croisé où la culture est combinée avec des actions sociales, éducatives ou sportives, dans une optique de diffusion et d'accès à la pratique.
- Le soutien à la culture est quelques fois considéré comme non essentiel pour certains, voire comme un outil de relation publique, mal compris en période de crise où les priorités sont plutôt au social et à la relance économique.

F. Un élément clef pour les galeries : les foires et salons

Les foires sont extrêmement importantes pour les galeries car elles constituent une alternative à l'évolution du marché. Les collectionneurs répondent plus facilement à la sollicitation d'une grande manifestation internationale, qu'à l'invitation classique d'un vernissage.

Ces foires rendent explicites la confrontation des différentes tendances sur le marché.

Principales foires, biennales, et salons :

- Art Paris - Paris, France
- FIAC - Paris, France
- Art Forum - Berlin, Allemagne
- Biennale d'art contemporain - Berlin, Allemagne
- Art Cologne - Cologne, Allemagne
- Documenta - Kassel, Allemagne
- Art Frankfurt - Frankfurt, Allemagne
- Art Basel – Suisse
- Biennale de Venise – Italie
- ARCO Madrid (en) – Espagne
- Frieze Art Fair - Londres, Grande Bretagne
- AAF Contemporary Art Fair - New York, USA
- Art Fair - Chicago, USA
- Art Miami - Floride, USA

Trois types de foires:

- les grandes traditionnelles (Fiac, Art Paris, Paris-Photo, Pavillon des Arts & Décoration à Paris, ou Frieze, Armory...) ; internationales, elles s'adressent aux institutions, aux collectionneurs avertis et aisés ; ce sont de vrais musées temporaires où le promeneur n'y est pas toujours bienvenu, l'entrée étant volontairement dissuasive
- les foires "Offs" se greffent sur ces grandes ; souvent elles rassemblent leurs refusés, ou alors ce sont des manifestations d'avant-garde dynamiques où le collectionneur attentif voit le futur s'esquisser
- les foires "accessibles" sont destinées aux collectionneurs "normaux" et aux artistes débutants, bien qu'avec la crise, elles attirent des collectionneurs accomplis cherchant de jeunes artistes avant qu'ils ne soient inabordables.

Voici ci-dessous quelques exemples de foires connues :

1) TEFAF

The European Fine Art Fair (TEFAF) est une importante et prestigieuse foire d'art et d'antiquités organisée depuis 1975, au MECC de Maastricht, par The European Fine Art Foundation.

Qualifiée de foire élitiste que fréquentent les esthètes par Le Figaro [], la Tefaf l'est indéniablement qualitativement et, avec un prix d'entrée de 55 euros [], catalogues heureusement inclus, elle est aussi devenue un événement élitaire. En raison de son succès, l'accès de la TEFAF à de nouveaux exposants et plus particulièrement aux plus jeunes d'entre eux est très difficile, compte-tenu d'une liste d'attente importante.

Y sont présentés la peinture, le dessin, les antiquités et objets d'art (dont sculptures, mobilier ancien et design, textile, porcelaine, verrerie), des livres rares, manuscrits enluminés, des bijoux et de l'Art contemporain (qui ne fait que monter en puissance de par l'intérêt qu'il suscite).

2) FIAC

La Foire internationale d'art contemporain ou Fiac est une manifestation d'art contemporain qui se déroule chaque année au mois d'octobre à Paris.

Pendant plusieurs jours, cette exposition artistique et commerciale devient le lieu de rencontre internationale entre galeristes, collectionneurs, conservateurs, directeurs de musées et personnalités du monde de l'art contemporain international.

La Fiac revient en 2006 au Grand Palais et s'installe aussi, de façon complémentaire, dans la Cour carrée du Louvre. Le nombre de foires internationales s'est multiplié depuis quelques années, obligeant les foires déjà présentes à se remettre en question et à innover. Le lancement de Frieze, la foire londonienne fondée en 2003 par le magazine du même nom, constitue pour la Fiac un électrochoc. En effet, Frieze se déroule à la même période que la foire parisienne. L'effervescence et la jeunesse de Frieze remettent en question les choix, sans doute trop muséologiques, de la foire parisienne.

La Fiac 2011, du 20 au 23 octobre, compte 168 exposants, représentant 21 pays, répartis dans la nef et dans les nouveaux espaces : les galeries supérieures – galeries sud-est, galerie sud et

galerie sud-ouest – dont 10 faisant partie du secteur Lafayette. Le Grand Palais abritera les galeries spécialisées en art moderne, art contemporain mais aussi en tendances émergentes.

Les galeries qui participent à la Fiac sont sélectionnées par un comité :

2009: 203 galeries, 21 pays représentés, 80 000 visiteurs

Galeries étrangères (63 %) et 75 galeries françaises

2008 : 180 galeries, 22 pays représentés, 72 000 visiteurs

Galeries étrangères (62 %) et 72 galeries françaises

2007: 179 galeries, 23 pays représentés, 65 000 visiteurs

106 galeries étrangères (59%) et 73 galeries françaises

Quelques critères de sélection des galeries :

Selon la directrice de la FIAC Jennifer Flay divers critères sont requis dans le choix des galeries. Sont pris en compte leur réputation, la qualité de leur programmation, leur présence nationale et internationale et l'intérêt du projet qu'elles présentent.

Nous avons constaté que cette année le comité de sélection tend à se démocratiser, englobant un jury composés de plus d'étrangers.

Ensuite, le comité de sélection doit respecter certains équilibres subtils entre l'art moderne et l'art contemporain les très jeunes galeries et celles, plus établies, qui donnent le ton aujourd'hui.

« On essaye de représenter au mieux une variété de tendances, une vision hautement qualitative de l'art moderne et contemporain », promet Jennifer Flay.

L'année 2012 a reçu la candidature de 640 galeries pour une sélection de seulement 182 d'entre elle

Les prix d'art contemporain sont remis chaque année dans le cadre de la FIAC:

- Le Prix Lafayette
- Le Prix Audi Talent Awards pour l'art contemporain
- Le Prix Marcel Duchamp
- Le Prix de la Fondation d'Entreprise Ricard

Une communication puissante en France et à l'International

Plan media

Plus de 200 insertions publicitaires dans la presse française et internationale, généraliste et spécialisée

▪Retombées Presse et Web

Plus de 1500 articles, dossiers spéciaux, brèves toute presse nationale et internationale confondues

- 2 563 139 visites sur www.fiac.com (452 047 visiteurs)
- 24 829 « fans » sur Facebook
- 11 886 « followers » sur Twitter
- 2 958 téléchargements de l'application I-phone

3) Art Basel

Art Basel est une manifestation d'art contemporain se tenant chaque année en juin à Bâle en Suisse. Au début du XXI^e siècle, chacune des éditions d'Art Basel attire environ 60 000 visiteurs répartis sur la semaine. L'attrait est manifeste du côté des exposants : sur les 1 100 candidats intéressés du monde entier, seules 300 galeries d'art contemporain représentant 2 500 artistes des XX^e siècle et XXI^e siècle sont retenues (chiffres 2009). La sélection des galeries exposantes est ainsi rude, les galeries devant présenter autant des artistes émergents que d'autres bien établis, elles doivent également attester qu'elles promeuvent activement les artistes et qu'elles collaborent à la production.

Art Basel est réputée comme l'une des plus importantes foires annuelles d'art contemporain du monde. Depuis 2002, Art Basel organise une manifestation parallèle en décembre à Miami, aux États-Unis sous le nom d'Art Basel Miami Beach.

4) Art Paris

Rebaptisé « Art paris Art Fair », apprécie la diversité de la création moderne, contemporaine et émergente, la richesse des formes d'expression artistique du dessin à la peinture, en passant par la vidéo, la photo, la sculpture et même le design.

Art Paris en chiffres :

- 6 500m² sous la prestigieuse verrière du Grand Palais au cœur de Paris
- 120 exposants de 16 pays
- 1 200 artistes, 48 000 visiteurs
- 40% de participation étrangère et 60% de galeries françaises
- 56% de nouvelles présences

Art Paris Art Fair met à l'honneur les scènes européennes : une exploration du territoire qui privilégie l'émergence de scènes locales et singulières de Marseille à Helsinki, de Cologne à Lisbonne, de Zagreb à Vienne, en passant par Budapest.

La promotion des scènes européennes est l'occasion de (re)visiter les courants historiques du XXe siècle qui continuent de marquer les créateurs d'aujourd'hui mais aussi de souligner la singularité des multiples centres de la création en Europe.

En 2013, Art Paris Art Fair poursuit l'exploration du territoire européen à l'Est et met la Russie à l'honneur.

Art Paris Art Fair accorde autant de place à la création moderne que contemporaine. On pourra voir notamment un cabinet surréaliste à la galerie Levy (Berlin), revoir l'Actionnisme viennois chez Konzett (Vienne) et Zimmermann Kratochwill (Graz), ou revisiter les recherches optiques du cinétisme chez Lélia Mordoch (Paris) et Meyer Zafra (Paris), ou celles de l'abstraction géométrique chez Anne Lahumière (Paris).

5) Art Elysée

Depuis cinq ans, Art Élysées est un rendez-vous incontournable et très attendu pendant la semaine automnale dédiée à l'art à Paris. En mettant l'accent sur l'art de la seconde moitié du XXème siècle, elle gagne une identité claire et se distingue des autres manifestations.

La foire Art Élysées prend part au dynamisme artistique et culturel de la ville de Paris, réputée pour occuper une place majeure au rang international, pour son ouverture au monde de l'art et pour son excellence.

L'association d'Art Elysées et Design Elysées séduit les visiteurs par son large diaporama de l'art du XXe siècle. Ils réunissent les œuvres des plus grands artistes et designers des courants historiques riches d'innovations et de nouveautés qui continuent à influencer les créateurs actuels.

6) Abu Dhabi

Abu Dhabi Art est une plateforme internationale de l'art moderne et contemporain. Les visiteurs de la foire peuvent, en plus des stands de galeries internationales, profiter d'un important programme d'expositions, de conférences, de performances et d'évènements VIP.

Un événement majeur autour de l'art et de la culture, qui pour sa troisième édition met à l'honneur de nombreux stands de galeries internationales, mais aussi un riche programme d'expositions, de conférences, de performances et d'évènements VIP. Sur la magnifique île de Saadiyat, les artistes, venus du monde entier, se donneront rendez-vous au cœur des 50 galeries à l'immensité surprenante, pour exposer leurs travaux et aller à la rencontre d'un public amateur d'art moderne.

III. Le marché de l'art entre crise économique et révolution numérique

A. Un secteur affecté par de nombreuses crises...

Le marché de l'art a subi de nombreuses crises et cela en particulier depuis 1973 avec le premier choc pétrolier, puis le crack boursier de 1990 qui a provoqué une chute des ventes de 40% jusqu'en 1992, suivie d'une période de stagnation entre 1993 et 2003 selon Art Price, l'entreprise française leader international de la cotation du marché de l'art sur Internet.

En 2003 la situation s'améliore, on constate entre autres une très bonne situation de 2006 jusqu'en 2008 où « des records ont été battus », cependant cette situation prend fin en 2008 avec la crise des subprimes, caractérisée par des crédits à risque aux Etats-Unis avec des taux d'intérêt variables et élevés, qui ont été accordés à des foyers à faibles revenus en contrepartie de critères d'attribution moins stricts que pour des crédits classiques.

Dans un premier temps d'un point de vue qualitatif, nous pouvons remarquer que le ralentissement économique depuis 2008 a pu amener les vendeurs à rationaliser leur activité, nous pouvons parler d'une professionnalisation du métier de galeriste.

Selon Bénédicte Chauliac, responsable de la galerie Brissot à Paris « *Depuis la crise, je n'ai pas baissé les prix mais c'est vrai que le volume a un peu diminué. Je vais un peu plus me concentrer sur certains artistes, dans l'art contemporain aussi il existe certaines valeurs qui sont plus sûres que d'autres.* »

De plus selon le site Almanart, un guide sélectif et didactique d'art contemporain et d'art moderne, nous pouvons remarquer une importante diminution des emplois d'assistants d'artistes et des « *petits métiers* » autour de l'art. De nombreuses galeries ont disparu mais c'est une tendance à nuancer car certaines se sont déplacées vers des lieux plus accessibles en termes de coûts.

Les jeunes artistes ont plus de mal à percer dans le milieu car les galeries se « *concentrent sur les artistes sans risques* », ceux qui ont déjà fait leurs preuves et qui sont demandés par la clientèle habituelle.

Enfin, c'est le marché moyen de gamme qui souffre le plus du fait entre autres d'une baisse du pouvoir d'achat de leur clientèle.

Dans un second temps, d'un point de vue quantitatif, selon un article du journal des arts, nous pouvons constater « *une baisse marquante* » des transactions commerciales de 2008 par rapport à 2007. En 2008, ces dernières totaliseraient 42,2 milliards d'euros, contre 48,1 milliards d'euros en 2007, soit une diminution de 12%.

Il semblerait que le marché anglo-saxon a été le plus affecté par la crise, les ventes d'art aux États-Unis étaient de 9,5 milliards d'euros en 2009 alors qu'elles étaient de 14,7 milliards d'euros en 2008.

Entre 2008 et 2009, en ce qui concerne les prix, c'est le marché du moyen de gamme qui a le plus été touché par la récession. « Le marché de l'art contemporain a presque été multiplié par 100 en valeur, entre 2002 et 2008, il se serait effondré de près de 60 % en 2009 en valeur et en volume ».

B. ...Mais qui semble plutôt bien s'en sortir

Selon un article publié par Europe 1 « *Fiac : l'art ne connaît pas la crise* », il semblerait que malgré la crise financière « *le marché de l'art contemporain ne s'est quasiment jamais aussi bien porté* ». Nous avons pu constater au cours de nos entretiens avec différents gérant de galerie, que la crise de 2008 n'a pas été vécu par tous de la même manière, en effet l'impact de la crise dépend en grande partie de la taille de la galerie et certains affirment ne pas avoir connu de crise, d'autres que la situation était déjà mauvaise auparavant en particulier depuis le passage du franc à l'euro et pour finir d'autres galeries ont réellement été affectés par cette crise, mais ont affirmés qu'aujourd'hui la situation s'est stabilisée et est même satisfaisante.

Le président d'Artprice, Thierry Ehrmann a déclaré « *Compte tenu de l'ampleur de la crise économique, on peut considérer que l'art contemporain résiste bien* ».

En 2012, selon un rapport d'Artprice, l'indice de l'art contemporain qui rassemble toutes les cotes des artistes, n'a connu qu'une légère diminution de 4% entre juillet 2011 et juin 2012 et « *aucune catastrophe n'est à signaler* ».

Cela peut en partie être expliqué par le fait que l'investissement dans l'art constitue aujourd'hui une valeur de « *refuge* », c'est-à-dire un placement dans le lequel on a confiance. C'est une idée confirmée par Artprice « *En entrant à un certain prix sur une œuvre, vous avez la quasi assurance de la revendre au moins au même prix, même en temps de crise, la prime de risque semble moindre que sur les actions.* »

Au cours d'une interview d'Alexandre Carel, directeur du département d'art contemporain de Christie's France à Paris publié en 2012 dans le magazine de l'art, ce dernier a affirmé que «*Le marché de l'art contemporain a retrouvé ses niveaux d'avant crise* » autrement dit le marché de l'art semble bien aller.

De plus il souligne le fait que selon lui « *Le marché de l'art contemporain est désormais un marché globalisé, et sauf crise internationale de grande amplitude, il devrait dans son ensemble continuer à progresser dans les prochains mois.* »

C. Une importante révolution numérique ?

Aujourd'hui Internet est devenu un outil indispensable aux galeristes, que ce soit pour promouvoir leurs artistes, leurs œuvres, leurs événements et pour certains pour réaliser leurs ventes.

Le système des salles de ventes physiques semble par conséquent être remis en cause par les ventes en ligne. En effet, le marché de l'art comme les autres marchés tend à privilégier le circuit le plus rapide, et le moins coûteux.

Nous pouvons remarquer que les galeries virtuelles, d'enchères en ligne et de sites d'information sur les ventes se multiplient dans un marché désormais mondialisé, où de plus en plus de transactions se font à distance et en temps réel.

De plus, nous pouvons parler d'une démocratisation de l'accès à l'information sur le marché de l'art qui est à l'origine, caractérisée par une opacité de l'information.

Internet rend d'une certaine manière accessible certains éléments permettant de comparer internationalement les prix et les conditions de marché, Artprice en est l'exemple.

Tous ceux qui le souhaitent, sans forcément s'y connaître en art peuvent aujourd'hui consulter les résultats des ventes aux enchères partout dans le monde et vérifier la cote d'un artiste.

Cependant, cela reste à nuancer par le fait qu'une vente, ne peut pas être résumée par une simple transaction financière, au-delà de cela, il existe une véritable relation entre le galeriste et le client, fondée essentiellement sur la confiance, le fait pour le client de se déplacer dans une galerie, dans « les murs », présente encore aujourd'hui un côté rassurant et crédible. C'est un contact qu'Internet ne permet pas, il est en effet souvent impensable de réaliser une vente en ligne au-dessus de 300 000 € par exemple.

Cependant, nous pouvons affirmer qu'Internet favorise la globalisation du marché et accélère la circulation marchande des œuvres.

D. Un marché globalisé et l'importante place de la Chine

Rappelons que la globalisation « est un terme qui désigne le processus d'internationalisation des transactions industrielles, commerciales, financières. Il est lié à la libéralisation des échanges et à leur intensification. Phénomène d'intégration économique, la globalisation contribue à rendre les pays interdépendants notamment à cause de la libre circulation des biens et des services, des capitaux, des hommes, des idées et de la technologie. La globalisation économique se traduit par un effacement progressif des frontières nationales et par un accroissement des échanges de biens et de services, des mouvements de capitaux, du rôle des entreprises multinationales, des migrations internationales. »

Aujourd'hui, nous pouvons remarquer que le marché de l'art est globalisé en raison de l'importante place du média Internet.

Selon un rapport annuel d'Artprice (annexe 1) la Grande-Bretagne est le premier marché du monde avec 261 millions d'euros, les Etats-Unis sont les second avec 123 millions d'euros, la Chine le troisième avec 95 millions d'euros et enfin la France, le quatrième avec 18 millions d'euros.

En ce qui concerne les maisons de vente, toujours selon un rapport annuel d'Artprice (annexe 2), Sotheby's London est la première maison de vente au monde avec des ventes d'un montant de 199 755 370 € et Christie's New York est la seconde avec des ventes d'un montant de 55 898 934 €. Aucune maison de vente française ne figure dans ce top 10.

Selon l'ouvrage « *Le marché de l'art contemporain* » de Dominique Sagot-Duvaurox, la cotation des artistes chinois entre 2004 et 2009 ont augmentés de 400 %, pour certains la Chine est amené à devenir le premier marché de l'art au monde. C'est une idée aussi évoquée dans un article de l'express selon lequel « *Le dynamisme des acheteurs de la région Asie Sud-Pacifique qui, à eux seuls, absorbent la moitié du marché mondial, compense également aujourd'hui la fébrilité des acheteurs américains et surtout européens.* »

Cette globalisation se remarque entre autres par l'organisation de nombreuses foires internationales. Rappelons qu'à la fin des années 1960, cinq grandes foires internationales

d'art contemporain existaient. Aujourd'hui, plus d'une centaine de manifestations sont organisées partout dans le monde, de Cologne à Venise, en passant par New York, Paris, Johannesburg, Istanbul, La Havane, Dakar, Sydney, Dubaï ou Shanghai. La mondialisation du marché de l'art se traduit par des connexions de plus en plus fréquentes partout autour de la planète

Enfin, selon l'article d'Europe 1, en 2009, les galeristes ont réalisé en moyenne 30 % de leur chiffre d'affaires hors des murs de leur galerie, notamment lors de foires et salons internationaux qui sont considérés comme des rendez-vous « *favorisant largement le développement du marché de l'art dans le monde* ».

Nous pouvons donc souligner à l'heure actuelle, l'importance de ces foires qui sont en quelques sortes un symbole en ce qui concerne la santé des galeries d'art.

La directrice de la Fiac, Jennifer Flay a déclaré « *On ne peut pas le nier. Même si les transactions sont plus lentes, plus prudentes et plus sélectives, le marché de l'art reste une valeur refuge. Il représente des valeurs morales, des idéaux qui permettent d'échapper à la morosité* ».

Entre crise économique et révolution numérique, le marché de l'art est en pleine mutation mais semble tout de même conserver une place importante auprès de la société et représenter une valeur refuge.

IV. Etudes de cas

Notre étude de cas se base sur plusieurs galeries d'art situées dans le 6^{ème} arrondissement de Paris que nous sommes allés voir afin de nous renseigner sur leur fonctionnement interne, externe ainsi que sur les tendances actuelles du marché de l'art.

Nous avons pu constater que ces galeries n'ont pas toute la même influence sur la scène internationale et par ailleurs qu'elles ne vendent pas forcément les mêmes produits.

En effet les galeries se partagent entre l'art contemporain, moderne, classique, de figuration libre, d'abstraction figurative, nouveau réaliste etc....

Le marché de l'Art est un marché « opaque » où les informations ne se donnent pas facilement. C'est pour cela que nous ne disposons pas d'une importante quantité de données concernant notre étude sur ces galeries.

A. Galerie Vallois :

1) Une galerie de grande renommée

La galerie Georges-Philippe et Nathalie Vallois est une SAS (société par actions simplifiée) qui ouvre ses portes à Paris en 1990. Son mouvement associé est l'art contemporain et le nouveau réalisme.

Située au 41, rue de Seine à Paris dans le quartier de Saint-Germain des Prés, la galerie Vallois se trouve à côté de sa galerie Art Déco fondée en 1971.

Elle expose les œuvres de sculpteurs de grande renommée de la fin de XIX^{ème} et du XX^{ème} siècles, tels que Bourdelle, Bugatti, Cárdenas, Chauvin, Csaky, Daumier, Dupagne, Giacometti, Ipoustéguy, Lipchitz, Maillol, Miklos, Picasso, Pina, Pompon, Rodin, Sandoz, Zadkine...

En 1983 la galerie inaugure également la Galerie Vallois Sculptures Modernes.

En octobre 1999, ils ouvrent à New York sur Madison Avenue un nouvel espace, la galerie Friedman & Vallois, également spécialisée dans le mobilier Art Déco.

La galerie Vallois propose des expositions à de très jeunes artistes français et internationaux, elle continue ses recherches de jeunes talents tout en poursuivant un travail avec les premiers artistes qu'elle a exposé.

Voici les chiffres que nous avons trouvés sur cette galerie (Infogreffe) :

Date de clôture	CA	Résultat	Effectif
31/12/2010	12 159 k€	1 240 k€	
31/12/2009	8 903 588 €	609 457 €	8
31/12/2008	21 886 k€	2 214 k€	8

La crise ayant sans doute affecté la galerie de 2008 à 2009 on constate que son chiffre d'affaire ainsi que son résultat ont respectivement diminué de 59% et 72%. Tandis que de 2009 à 2010 ceux-ci ont augmenté de 37% et 103%.

De plus nous savons que la galerie ne dispose d'aucunes aides extérieures telles les mécénats, le sponsoring culturel etc... Celle-ci fait tout en interne.

2) Une galerie qui participe et organise de nombreux événements

La Galerie est présente sur de nombreux salons prestigieux (le Salon du Collectionneur à Paris, la Foire des Antiquaires de Bruxelles, Budapest Art Fair ou encore Moscow World Fine Art Fair) qui témoignent de son rayonnement international. Celle-ci y participe 4 à 5 fois par an.

Voici, par années, le nom des foires et salons auxquels la galerie a participé :

- The Salon Art + Design
- Biennale des Antiquaires 2012-2010-2008-2006-2004-2002-2000
- Art Saint-Germain-des-Prés 2012
- Pavillon des Arts et du design - New York
- Art Saint-Germain-des-Prés
- Le Marché de l'art en fête
- Moscow World Fine Art Fair 2008
- Tour & Taxis - Bruxelles 2008
- Budapest Art Fair 2007

- Salon du Collectionneur 2007
- Moscow World Fine Art Fair 2007
- Sculpture Highlights Maastricht 2007
- Tour & Taxis, Bruxelles 2007

Concernant les vernissages la galerie Vallois en fait toutes les 6 semaines ce qui est signe et symbole d'une importante promotion de l'artiste et de ses œuvres et ainsi donc de la galerie elle-même.

Ces nombreux et fréquents vernissages justifieraient donc en partie le chiffre d'affaire extrêmement important de la SAS.

3) Le choix des artistes

Les artistes choisis par la galerie Vallois ont tous des nationalités bien différentes comme française, américaines, chinoise, espagnole, anglaise, japonaise ou encore russe.

L'on constate que ces derniers sont choisis en fonction de la cohérence de leurs œuvres vis-à-vis de la galerie et aussi de par leur « background », leur passé artistique.

En effet on remarque que plusieurs d'entre eux ont été :

- décorateur à la Manufacture de Sèvres
- potier novateur
- architecte moderne
- créateur de meuble
- constructeur à la maison de Verre

4) Un moyen de communication indispensable : Internet

Concernant le média internet tout d'abord la galerie Vallois possède un site internet. Celui-ci est de couleur noire, donc assez professionnel avec le nom « VALLOIS » écrit en rouge, afin que l'on sache exactement, en tombant sur le site, à qui on a à faire.

De façon plus générale le site est très clair car on peut y voir la décomposition des différents métiers de la galerie (à savoir la vente de mobiliers et objets d'art, de sculptures modernes, contemporaines), les artistes avec qui la galerie collabore etc... A travers ce site, on peut voir l'importance que la galerie a à montrer les artistes avec qui elle travaille ainsi que les

différents événements auxquels elle participe. On voit y voit donc un reflet plutôt influent et imposant.

La galerie est également présente sur Facebook, on y découvre toutes les photos de ses œuvres par expositions ainsi que ses locaux remontant jusqu'à 2009.

La dernière photo a été ajoutée le 3 décembre 2012, la mise à jour est donc régulière.

Plus en détail, on pourrait ajouter que 1430 personnes « aiment » leur page.

B. Galerie Protée :

1) Le lyrisme au cœur de la galerie

En 1959, Jacques Pulvermacher inaugure la galerie At Home à Toulouse. Puis c'est en 1969, que Laurence Izern ouvre la galerie Protée en face de At Home qui continuera toujours son activité. At Home fusionne finalement la partie galerie d'art de son activité avec Protée. En 1984, les deux galeries s'associent définitivement et ouvrent à Paris, rue de Seine, la galerie Protée.

Le mouvement associé à la galerie est l'art contemporain et classique ainsi que l'abstraction lyrique.

Au cours de notre entretien avec la galeriste nous avons pu voir le caractère passionné qu'elle employait pour décrire sa galerie et le message qu'elle voulait renvoyer.

Celle-ci nous a dit que ses œuvres ne correspondaient aucunement à un effet de mode mais à une « *communication par la fulgurance du signe* », c'est-à-dire à un « art d'incarnation », un art de la spiritualité. On voit donc tout l'aspect lyrique que la galerie dégage et souhaite transmettre. Aspect d'ailleurs que le site internet réussit à dégager par ces phrases du type « *fidélité militante à la peinture avant toute chose, que les modes n'ébranlent nullement* » ainsi que « *Ses artistes en conservent le goût, pensent que ses ressources sont infinies, ne croient pas condamnable la recherche de la beauté, du lyrisme et privilégient la communication par la voie de la sensibilité et non de la démonstration intellectuelle* ».

Voici les chiffres de cette galerie de 2008 à 2010 (Infogreffe) :

Date de clôture	Chiffre d'affaires	Résultat
30/06/2010	711 391 €	54 526 €
30/06/2009	912 294 €	124 650 €
30/06/2008	1 978 524 €	236 160 €

2) Une galerie qui participe et organise de nombreux événements

La galerie participe à environ 3 ou 4 foires par an, cela dépend des années.

Parmi celles-ci on compte la foire d'Abu Dhabi, Pavillon des Arts et du design, Art Paris, Art Elysées, la FIAC etc...

La galerie peut donc être considérée comme importante car pour certaines de ces foires la sélection y est très rude.

3) Des clients de tous horizons

La galerie vend à l'étranger, ses principaux clients sont américains, belges, luxembourgeois, suisses. Les allemands commencent à acheter de plus en plus, ce qui n'est en revanche pas le cas des espagnols et portugais.

La galeriste nous a également confié qu'aujourd'hui on voit apparaître des spéculateurs de l'art : les gens achètent des tableaux pour faire un placement, l'art devient donc une sorte de « valeur refuge ».

Concernant les collectionneurs venant acheter des œuvres celle-ci nous a parlé de collectionneurs n'ayant pas les moyens de leurs goûts. Il s'agit de personnes s'y connaissant très bien « en art » mais n'ayant pas forcément les moyens d'acheter. La galerie voit également défiler des collectionneurs moins avertis et ayant en revanche les moyens financiers attendus.

De plus face à la crise de 2009 qui a frappé le marché de l'Art, la vente pour les classes moyennes a dégringolé car il s'agit d'une classe fragile. Pour les classes dites supérieures, les personnes aisées, la crise ne les affecte que très sensiblement et ils restent donc présents.

C. L'amour de l'Art

1) Une galerie qui a peu de notoriété

La galerie l'Amour de l'Art est située rue de Seine dans le 6e arrondissement de Paris. Celle-ci propose des œuvres de figuration libre et d'abstraction figurative.

Ces principaux clients sont surtout américains.

L'Amour de l'Art ne participe à aucune foire mais au festival de la photo de Saint germain des Près une fois par an. De plus celle-ci ne fait pas de vernissage, ayant une équipe d'artistes permanente.

Le site internet de la galerie constitue donc sa deuxième vitrine et a ainsi toute son importance. On remarque que ce site est en mouvement, il attire donc l'œil, les images des œuvres défilent.

Dès la première page l'on peut voir écrit « L'enseigne 'l'Amour de l'Art', préfigure l'ambiance qui règne à l'intérieur : 'Ici tout n'est qu'Ordre et Beauté, Luxe, Calme et Volupté' » suivi de « Dans un décor art-déco dont les tons roux et noir signent le raffinement de ce lieu artistique, offrant un écrin très intimiste aux œuvres exposées ».

Le site offre donc un aspect plutôt attirant et beau de la galerie.

On pourrait alors se demander si l'utilisation de tous ces adjectifs ne dépeindrait pas un tout autre visage de cette galerie, que nous avons visité, et qui ne semble pas être la parfaite réalité de ce que le site paraît affirmer...

2) Les chiffres de la galerie

Date de clôture	Chiffre d'affaires	Résultat
31/12/2010	163 718 €	76 746 €
31/12/2009	150 124 €	60 185 €
31/12/2008	179 628 €	45 269 €

On voit donc que la galerie se maintient globalement à un niveau assez stable avec un résultat qui ne fait qu'augmenter (ceci dit la galerie reste une « petite galerie »).

D. Carré d'artistes

1) Une galerie qui s'impose

Carré d'Artiste est une galerie associée au mouvement de l'art contemporain avec des styles tels figuratif, figuratif stylisé, illustrations, abstrait, semi abstrait... Celle-ci est présente en France, en Allemagne, au Brésil, en Espagne, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni et au Portugal.

Cette galerie diffère des autres dans le sens où les artistes ont accepté de ne travailler que sur des formats carrés (les formats allant de 10x10cm, 30x30 cm, 50x50cm et 120x120cm).

Nous n'avons pas réussi à trouver les chiffres clefs de la galerie située à Paris mais nous avons ceux de Carré d'artiste-Aix en Provence, siège social de la SARL.

Selon Infogreffe :

Date de clôture	CA	Résultat	Effectif
31/12/2009	3 159 153€	223 674€	27
31/12/2008	2 505 868€	51 468€	19

2) Une stratégie marketing soignée et une relation au client originale

Carré d'artiste essaye de s'intéresser aux amateurs et vise un public le plus large soit-il.

La galerie sélectionne 400 artistes du monde entier, renouvelle ses expositions (un nouvel artiste dans chaque galerie tous les quinze jours), tente d'exposer plus de 1000 créations dans chaque galerie et a des prix uniques par format (allant de 65€ à 2900€).

Nous avons décidé de se pencher sur cette galerie car sa stratégie marketing nous a paru intéressante. En effet il s'agit d'une galerie qui ne connaît pas si bien la crise que cela puisqu'elle a fait en sorte de s'adapter à tous, sa clientèle est plutôt « permanente ».

On pourrait la qualifier de « galerie de grande distribution » compte tenu de ses prix attractifs et de son ouverture « à tous ». En effet la galerie vend en ligne ! Elle utilise également des

chèques cadeaux, une sélection en ligne d'artistes, de format, de style etc...pour les achats d'œuvres.

De plus cette galerie a mis en place le « club carré d'artiste » afin d'aider les artistes à promouvoir leurs œuvres et de faire bénéficier d'avantages exclusifs aux clients. L'adhésion est de 5€ pour une durée de 3 ans (pour les habitants de France).

Faire parti(e) du club signifie :

- Chaque mois, une question est envoyée par mail aux membres du club, un tirage au sort détermine parmi les bonnes réponses, le gagnant d'une œuvre d'art originale 10x10 (valeur 65€),
- Des journées visites d'ateliers sont mises en place afin de créer plus de liens entre l'artiste « coup de cœur » et le client, la galerie propose également (pour le nombre de 13 personnes) une visite guidée de la FIAC.
- Prendre part à des décisions relevant du comité de sélection composé d'acteurs du marché de l'art et de membres de l'équipe Carré d'artistes, afin de choisir de nouveaux artistes.
- Possibilité d'obtenir deux cartes de chèques cadeaux après l'achat d'une œuvre et avec la carte personnalisée, d'obtenir également des remises de 20% sur les œuvres petits formats, et de bénéficier d'une livraison gratuite pour les œuvres offertes par chèques cadeaux etc...

On voit donc qu'une véritable relation est établie par la galerie envers son client mais aussi par la galerie pour ses clients vis-à-vis de l'artiste et vice versa. La proximité et la relation de confiance prennent donc toute leur ampleur dans cette galerie afin de laisser place à une ambiance sympathique et conviviale.

Conclusion : Après avoir comparé entre elles plusieurs galeries nous pouvons dire que ce qui fait leur différence est (entre autres) la participation à des événements car cela montre la position sur le marché et l'ampleur vis-à-vis des autres galeries ainsi que le pallier prix et les artistes choisis.

Conclusion

C'est après avoir été plongés dans cet étrange et imposant milieu qu'est celui de l'Art que nous pouvons témoigner de l'ampleur de l'organisation des galeries qui sont finalement de véritables entreprises. Etre galeriste est aujourd'hui un métier complexe, qu'il faut manier avec habileté pour tenter d'élever la galerie au-dessus des autres.

Une galerie d'art ne fonctionne pas seule, de nombreux acteurs entrent en jeu telles que les maisons de ventes, les artistes, les entreprises d'investissements, les partenariats, parfois même le sponsoring. Il faut donc bien connaître tous ces éléments afin d'en comprendre leurs liens et connexions qui font qu'une œuvre ne se vend pas toute seule, à n'importe qui et n'importe comment...

Bibliographie :

DOMINIQUE SAGOT-DUVAUROUX ET NATHALIE MOUREAU 2010 « Le marché de l'art Contemporain »

Sitographie

Code général des impôts relatif à la définition de l'objet d'art

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000006298775&cidTexte=LEGITEXT000006069574> :

Artprice

http://imgpublic.artprice.com/pdf/trends2011_fr.pdf

L'Art aujourd'hui

<http://www.europe1.fr/Economie/Fiac-l-art-ne-connait-pas-la-crise-777777/>

Le Journal des Arts

http://www.lejournaldesarts.fr/jda/archives/docs_article/73042/le-marche-de-l-art-s-adapte-a-la-crise.php

Situation du marché de l'art aujourd'hui selon le directeur du département d'art de Christie's France

<http://www.lemagazinedelart.com/2012/02/13/marche-de-lart-le-point-de-vue-dalexandre-carel-directeur-du-departement-dart-contemporain-de-christies-france/>

Almanart

<http://www.almanart.com/comprendre-le-marche-de-l-art.html>

Encyclopédie Universalis

<http://www.universalis.fr/encyclopedie/art-aspects-culturels-le-marche-de-l-art/>

ANNEXE 1 : Les maisons de vente ayant réalisé le plus de vente en 2008-2009

Rang	Produit de ventes	Maison de vente
1	199 755 370 €	Sotheby's London
2	55 898 934 €	Christie's New York
3	48 969 684 €	Sotheby's New York
4	41 018 667 €	Christie's London
5	25 602 019 €	Sotheby's Hong Kong
6	24 508 727 €	Poly International Auction Co. Ltd. Beijing
7	23 595 443 €	Christie's Hong Kong
8	16 995 896 €	Phillips de Pury & Compagny London
9	14 435 744 €	Phillips de Pury & Compagny New York
10	10 048 939 €	China Guardian Auctions Co. Ltd. Beijing

Source : Le Marché de l'art contemporain 2008-2009, rapport annuel d'Artprice.

ANNEXE 2 : Les dix premières places de marché aux enchères d'art contemporain

Les dix premières places de marché aux enchères d'art contemporain
(du 1^{er} juillet 2008 au 30 juin 2009)

Pays	Millions d'euros
Grande-Bretagne	261
États-Unis	123
Chine	95
France	18
Taiwan	13
Italie	9
Singapour	8
Corée du Sud	8
Japon	6
Allemagne	5

Source : Le Marché de l'art contemporain 2008-2009, rapport annuel d'Artprice.