

Marché de l'art : quel modèle économique pour demain ?

Le Monde.fr | 26.09.2012 à 09h16

Par Antoine Van de Beuque, président et fondateur de la plateforme ArtViatic.com

Abonnez-vous
à partir de 1 €

🗨 Réagir

★ Classer

🖨 Imprimer

✉ Envoyer

Partager



Recommander



Envoyer



102 personnes le recommandent.

Le marché de l'art est aujourd'hui à la croisée des chemins. Entre crise économique et révolution numérique, il connaît une situation inédite, non dépourvue de paradoxes. D'une part, l'art est plus que jamais un objet de placement, de diversification du patrimoine. Face à une volatilité record des marchés, des taux d'intérêts historiquement bas et une inflation galopante, les valeurs tangibles telles que l'or, les diamants, les matières premières, l'immobilier ou encore les œuvres d'art, ont particulièrement les faveurs des investisseurs.

On aurait tort, toutefois, d'acheter les yeux fermés : dans un marché de l'art toujours menacé par les effets de mode et de bulle, la valeur réelle et solide est à chercher du côté des œuvres d'exception, celles que garantissent leur qualité intrinsèque, leur inscription emblématique dans l'histoire de l'art ou encore leur rareté. Ces trente dernières années, pour tous ceux qui, comme moi, ont eu à vendre les tableaux des plus grands maîtres, cette réalité ne s'est jamais démentie.

On se souvient des Iris de Van Gogh, mis à prix 15 millions de dollars et adjugés 53,9 millions le 11 novembre 1987, quelques semaines seulement après le "lundi noir" au cours duquel Wall Street perdit près de 30 % de sa valeur... Plus près de nous : au printemps dernier, les ventes du soir d'art impressionniste, moderne et contemporain de Christie's et Sotheby's ont permis d'écouler, en une semaine et au beau milieu de la crise financière et économique, pour plus d'1,1 milliard de dollars de pièces, enregistrant de nouveaux records pour Munch, Calder, Pollock, Yves Klein, Rothko, Lichtenstein, Basquiat et Richter.

L'avènement du e-collectionneur

D'autre part, le marché de l'art connaît une profonde mutation liée à la révolution des nouvelles technologies. Galeries virtuelles, enchères en ligne et 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. Pour autant, le marché de l'art n'a pas gagné en transparence ni en accessibilité.

Aux enchères, les consignations sont aussi dangereuses que coûteuses et les œuvres invendues, à l'heure du web, sont marquées au fer rouge. Leurs prix n'en sont pas moins rarement affichés et les intermédiaires, toujours plus nombreux, font grimper les prix. Cas extrême mais vrai témoin d'une tendance de fond : les commissions versées pour la version pastel du Cri d'Edvard Munch qui auraient atteint 12,9 millions de dollars ...

Si les ventes privées, plus discrètes et moins risquées, peuvent paraître plus séduisantes (le directeur de Christie's International, Steven Murphy, n'a-t-il pas publiquement déclaré y concentrer tous ses efforts ?), les commissions, là encore, sont devenues prohibitives.

Le refuge dans l'art ne saurait se faire à n'importe quel prix. La révolution du numérique a fait profondément évoluer les comportements et les attentes des consommateurs. A l'heure du 2.0, l'avenir du marché de l'art passe, j'en suis convaincu, par la généralisation des transactions à moindre frais, rendue possible par de nouveaux modes de mise en relation et de négociation. Elles seules sauront séduire les e-collectionneurs.

À partir du moment où les conditions de traçabilité et d'authentification des œuvres sont satisfaites, où celles-ci peuvent être " vues " dans le cadre de visites privées et où les règlements transitent sur des comptes séquestres, je ne vois rien qui puisse empêcher ce nouveau type de ventes de prospérer. L'investissement dans l'art d'exception ne peut qu'y gagner.

Si nous voulons rester dans la course, nous autres, marchands, devons impérativement prendre en compte ces évolutions. Et tirer le meilleur des nouveaux outils aujourd'hui à notre disposition, pour aider le marché de l'art à réinventer son business model et entrer de plain-pied dans une nouvelle ère.

Antoine Van de Beuque, président et fondateur de la plateforme ArtViatic.com