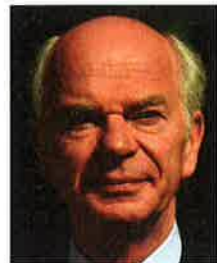


«LE NUMÉRIQUE A DÉMOCRATISÉ L'ACCÈS A L'ACHAT D'ART»



Antoine Van de Beuque, fondateur d'ArtVatic

Les collectionneurs d'art ont-ils vraiment changé ?

Antoine Van de Beuque : Le positionnement de l'achat est aujourd'hui très différent. Nous sommes passés d'une démarche de recherche

à un marché de l'offre. Aujourd'hui, avec Internet, il n'est plus question de voyager pour aller voir un tableau. L'acheteur potentiel peut trouver toutes les informations en ligne, recevoir le dossier par mail et prendre sa décision sans avoir vu l'œuvre. Et même dans le monde réel, la multiplication des salons permet d'accéder en un même lieu à un choix incroyablement large. Cela devient même un problème pour les marchands et les galeries, qui voient de moins en moins de monde. Et les chiffres parlent d'eux-mêmes : 95% des 4.500 maisons de vente dans le monde sont aujourd'hui présentes sur Internet, contre 3% en 2005. La part des ventes d'art en ligne ne cesse de croître pour atteindre en 2016 3,2 milliards de dollars, soit une hausse de +24% en un an. Sa valeur pourrait atteindre 9,5 milliards de dollars en 2020.

Cette révolution numérique concerne-t-elle également les «grands» collectionneurs ?

AVdB : ArtVatic est la première galerie en ligne à proposer des œuvres à un prix supérieur à 150.000 €. Au lancement, en 2012, tout le monde pensait que les acheteurs capables d'investir beaucoup dans des œuvres d'art n'achèteraient jamais sur Internet. Au contraire. En 2014, nous avons réalisé une vente record de plus de 1,8 millions d'euros pour un tableau de Marc Chagall. Cette évolution tient à ce que parmi les grands collectionneurs d'aujourd'hui, on compte bon nombre de jeunes entrepreneurs qui ont fait fortune dans les nouvelles technologies et pour qui acheter en ligne est naturel. Mais nous avons aussi des anciens hommes d'affaires ou dirigeants d'entreprise, parfois âgés, entre 80 et 90 ans, qui ont une réelle appétence pour le digital et apprécient d'être actifs dans l'achat et la vente.



Seminar Gallery / A. Miki

Hippolyte Hentgen, de la série «Vallauris», 2015.

maîtres impressionnistes, modernes et contemporains estimées à plus de 150.000 € et réservé aux abonnés, un nouveau catalogue accessible gratuitement, proposant des pièces allant de 20.000 à 150.000 €. La plate-forme s'ouvre ainsi à un plus large public. Maintenant, à partir d'un certain niveau de prix, l'art est un placement. Mais, souvent, les investisseurs deviennent avec le temps de véritables collectionneurs.

Le numérique a-t-il également une influence sur les prix ?

AVdB : Dans les circuits traditionnels, trop d'œuvres ne se vendent pas, parce qu'il y a trop d'intermédiaires, les commissions s'ajoutent, les prix sont décalés par rapport à la réalité. Notre plate-forme, qui prend une commission modeste (3% pour le vendeur, 3% pour l'acheteur) permet la discussion de gré à gré entre les deux parties. Cela permet d'avoir une vérité du prix et d'ajouter le plaisir de la négociation à celui de l'acquisition. Le sentiment de faire une bonne affaire est très excitant.

L'achat-plaisir est-il toujours une motivation importante pour les collectionneurs ?

AVdB : Bien sûr. Acheter de l'art peut être enrichissant à tous points de vue. C'est d'ailleurs pour aller plus loin dans la démocratisation de la vente en ligne que nous avons mis en ligne, à côté de notre catalogue premium constitué d'œuvres de



Arts & Business

Georges Valmier, Composition, 1919.

... du marché dans la valorisation des œuvres mais aussi dans le déroulement de la carrière de l'artiste à travers des achats d'œuvres, des aides à la production, la participation à des commissions dans des musées, l'organisation d'expositions... il a un rôle très actif de soutien au travail de l'artiste et au déroulement de sa carrière», explique Nathalie Moureau, l'une des trois auteurs d'une étude que leur a consacrée le ministère de la Culture*. Mais il est difficile à cerner. C'est d'ailleurs le sous-titre de l'étude, *Collectionneurs d'art contemporain : des acteurs méconnus de la vie artistique*. Alors, faisons connaissance.

Homme, 50 ans, bonne situation...

Quelques données existent. 75% des collectionneurs d'art contemporain sont des hommes. Ils ont généralement plus de 50 ans, ont fait des études supérieures et font partie d'une population aisée. Le budget varie considérablement d'un collectionneur à un autre : 30% des collectionneurs consacrent moins de 5.000 € par an à l'achat d'œuvres, ce qui est déjà considérable, tandis qu'à l'autre bout du spectre, 16% dépensent plus de 50.000 €. «Il y a beaucoup de petits collectionneurs, certains ont des revenus modestes, d'autres n'hésitent pas à

LES QUATRE PROFILS DU COLLECTIONNEUR D'ART CONTEMPORAIN

Hiscox, spécialiste de l'assurance des objets d'art, collections et expositions pour professionnels, entreprises, collectivité et collectionneurs particuliers a défini quatre grandes familles en fonction de leurs motivations.

L'HÉDONISTE

- Motivé par l'amour de l'art, il achète en fonction de ses coups de cœur.
- Stimulé par le plaisir visuel, il aime s'entourer d'art et posséder de beaux objets. Aime être conseillé pour ses achats.
- N'est pas attaché à la valeur d'un artiste ou d'un style d'œuvre en particulier.

L'INVESTISSEUR

- Intéressé par la valeur économique de l'œuvre, il choisit les artistes les plus cotés.
- Entrevoit sa collection comme un moyen de diversification de son patrimoine.
- Peu regardant sur l'esthétisme ou l'émotion, il a besoin des conseils de consultants en art.
- Posséder des œuvres d'art est une marque de réussite sociale.

LE PROFESSIONNEL

- Véritablement passionné par l'art, grand connaisseur et engagé.
- Fréquente régulièrement les galeries, musées, salons et ventes aux enchères.
- Consacre tout son temps libre à sa collection et son budget à l'acquisition d'œuvres.
- S'intéresse à toutes formes d'art, jusqu'aux moins conventionnelles.

L'ALTRUISTE

- Se soucie des œuvres achetées, il est engagé auprès des artistes émergents.
- Soutient matériellement les artistes et contribue à la construction de la valeur artistique.
- Susceptible de faire don d'une partie de sa collection à une grande institution ou d'ouvrir la sienne.
- Aime passer commande à l'artiste et lui acheter directement.

consacrer un mois de leurs revenus chaque année à l'achat d'œuvres. Il existe des profils-types. Pour certains, le coup de cœur ne joue pas : ce sont des collectionneurs qui réfléchissent beaucoup avant d'acheter une pièce, font des recherches sur la démarche de l'artiste, souhaitent lui apporter un soutien et ont grande confiance en leur jugement. La pièce choisie doit en outre s'inscrire dans une histoire de l'art en train de se faire. Pour d'autres, on retrouve ce même amour de l'art, mais le motif de distinction sociale compte également. Ils n'ont généralement pas une aussi grande connaissance de l'art et vont avoir tendance à acheter des œuvres d'artistes déjà reconnus ou à se fier à certains conseils», précise Nathalie Moureau. Que ce soit par goût esthétique, volonté de diversifier ses placements financiers, besoin de reconnaissance sociale, au fond, peu importe. L'essentiel reste que les collectionneurs soient toujours plus nombreux.

PASCAL ROSIER

REMERCIEMENT À ARTVIATIC ET AU SALON GALERISTES

* *Collectionneurs d'art contemporain, des acteurs méconnus de la vie artistique* par Nathalie Moureau, maître de conférences à l'université Paul-Valéry de Montpellier, Dominique Sagot-Duvaurox, professeur à l'université d'Angers et Marion Vidal, docteur en sciences économiques de l'université de Montpellier, publié par le département des études, de la prospective et des statistiques / ministère de la Culture et de la Communication (12 €).

L'art est une imposture

Galerie Lara Vincy

Ben, L'art est une imposture, 2013.