



Le marché de l'art reprend des couleurs



Pierre Soulages, Peinture, 64,5 x 91 cm, 12 janvier 1962.

© Christie's images limited 2020

Frappé par la crise sanitaire, le marché de l'art a brutalement accéléré sa digitalisation et bouleversé son modèle économique. L'occasion pour de nouveaux acheteurs, séduits par sa dimension de valeur refuge, de s'y intéresser.

Le marché de l'art a longtemps hésité à opérer en profondeur sa transformation digitale. Certes, des tentatives ont été amorcées depuis le début des années 2000. Les galeries ont créé leurs sites « vitrines » sur le Web, certaines se sont timidement ouvertes à la vente en ligne, les sociétés de ventes aux enchères ont

développé des outils digitaux pour promouvoir les œuvres et élargir leur horizon, et des plates-formes *online* ont commencé de se déployer il y a une dizaine d'années.

Mais, sur ce marché fondamentalement traditionnel, ces canaux de vente restaient marginaux. « Avant la pandémie, les transactions en ligne représentaient à peine 1 % de la valeur totale de nos ventes

aux enchères », confie Emilie Villette, directrice du développement chez Christie's. La nature même des œuvres d'art, objets uniques, d'exception, exigeait le présentiel ; le prestige de ce secteur ne pouvait s'accommoder de ventes dématérialisées, désacralisées, noyées dans la Toile ; les acteurs historiques du marché nourrissaient sans vraiment l'avouer la crainte d'en perdre le contrôle →



en laissant Internet s'en emparer... « Il y a douze mois encore, cette industrie montrait un certain dédain pour tout ce qui touchait à la culture du numérique, un dédain qui se traduisait par une réticence à mettre en place des outils informatiques efficaces », affirme Thierry Ehrmann, président et fondateur d'Artmarket.com, dans l'éditorial qu'il signe en introduction du *Rapport 2020 sur le marché de l'art*, publié par Artprice⁽¹⁾. Pourtant, il n'aura fallu que quelques mois pour que le marché enclenche une transformation considérable et rattrape son retard. « Le marché de l'art a maintenant élaboré un nouveau modèle économique et atteint un nouvel équilibre, que les projections les plus optimistes prévoient en 2025. Il est désormais beaucoup mieux adapté pour faire face à cette autre manière de vivre et de collectionner, qui est celle du XXI^e siècle », poursuit Thierry Ehrmann.

Paralysé par la crise

La crise qui foudroie la planète en 2020 sidère évidemment le monde de l'art. Le confinement généralisé paralyse soudain toute l'activité d'un secteur qui vivait jusque-là au rythme des foires et salons internationaux, des ventes aux enchères à Pékin, Londres ou New York, de la circulation des œuvres et des collectionneurs, et des expositions aux quatre coins du monde. Les salles de ventes gardent portes closes, les enchères prévues sont



Emilie Villette, directrice du développement chez Christie's.



Arnaud Dubois, responsable du service Art moderne et contemporain de PatrimmoFi.



Alain Atallah, président de Trinity Gestion Privée.

ajournées, les collectionneurs préfèrent reporter leurs ventes à des temps moins incertains...

Comparé à 2019, il manque cent trente mille œuvres, soit une baisse de - 14 %⁽¹⁾ des lots proposés. Le marché des ventes aux enchères perd - 21 % (10,57 milliards de dollars, soit près de 8,86 milliards d'euros)⁽¹⁾, une inflexion principalement liée au repli du marché haut de gamme : « Plus de cinq cents œuvres millionnaires manquent ainsi à l'appel et le nombre de lots de cette catégorie baisse d'un tiers comparé à 2019. Les résultats sont très affectés par la pénurie de chefs-d'œuvre côté occidental, avec une baisse de - 30 % du produit de ventes annuel malgré un nombre de transactions stable », précise le rapport Artprice⁽¹⁾. Le premier semestre 2020 accuse des pertes impres-

sionnantes sur le marché des ventes aux enchères (- 60 % du produit de ventes en Occident, - 91 % en Chine comparé au premier semestre 2019⁽¹⁾).

Le cinquième rapport sur le marché mondial de l'art d'Art Basel et UBS⁽²⁾, rédigé sous la direction de la fameuse économiste culturelle Clare McAndrews et réputé pour son analyse globale du marché de l'art au-delà des seules enchères, estime, lui, à 50,1 milliards de dollars (près de 42 milliards d'euros) le niveau des ventes mondiales d'art et d'antiquité en 2020, soit une baisse de 22 % par rapport à 2019. Mais dès la fin du printemps, le marché de l'art reprend des couleurs. La vente *One: A Global Sale of the 20th Century* organisée par Christie's totalise 420 millions de dollars. Sotheby's enregistre 231 millions de dollars, fin juin, avec sa vente d'art contemporain, puis 194 millions de dollars, fin juillet, pour la vente *De Rembrandt à Richter*. A l'automne, les deux maisons de ventes actent de nouveaux succès, notamment 309 millions de dollars chez Christie's New York le 6 octobre lors de la vente *20th Century*, la meilleure cession de l'année⁽¹⁾.

Petit lexique de l'investisseur

La vente live : il s'agit d'une vente classique, en salle. Les acheteurs peuvent enchérir sur place, ou par téléphone. Ces ventes sont de plus en plus fréquemment retransmises en direct sur une plate-forme. Les acquéreurs peuvent alors enchérir en ligne, « online ».

La vente online only : cette vente est entièrement automatisée sur Internet. Les enchères s'opèrent sans commissaire-priseur, durant toute la durée impartie d'avance pour la vente, généralement plusieurs jours. A l'expiration du délai fixé, le lot est attribué à l'enchère la plus élevée.

Vente à huis clos : cette vente sans public est néanmoins animée par un commissaire-priseur. Les enchères s'opèrent en ligne.

Vente de gré à gré : la vente s'opère directement entre un acheteur et un vendeur. Les transactions y cultivent leur part de secret. Les prix réalisés sont rarement divulgués au public.

Réinventer la vente par le « online »

S'il flanche au premier semestre 2020, le marché de l'art ne s'effondre donc pas. Passée la sidération des fermetures imposées, les acteurs réagissent et se tournent vers le digital pour remplacer



le présentiel. « La pandémie qui s'est abattue fut un choc, un challenge à la fois humain et économique, mais ce fut aussi une période féconde. Elle a agi comme un catalyseur : il a fallu se réinventer. La crise a permis une véritable accélération des mutations du marché déjà en germe depuis plusieurs années. Alors que le numérique était jusqu'à présent essentiellement un outil de promotion et de diffusion des œuvres, il nous a fallu en exploiter plus pleinement les potentialités pour permettre aux ventes de se tenir », se souvient Emilie Villette.

Vidéos, visites virtuelles en 3D, super zoom, réalité augmentée : les images en très haute définition permettent de visualiser l'œuvre dans ses moindres détails et ces avancées technologiques transforment véritablement l'achat en ligne. Une mutation qui signe parallèlement la fin du catalogue papier, que Sotheby's a d'ailleurs tout bonnement supprimé en 2020.

Equipées de ces outils digitaux, les sociétés de ventes aux enchères adaptent, en plein confinement, leurs formats de vente.

« Dans un premier temps, nous avons basculé les ventes sur la plate-forme en ligne », raconte Emilie Villette. Les ventes *online only*, où les enchères s'opèrent en ligne sans commissaire-priseur, se multiplient alors.

L'impossibilité de voyager, qui perdure au-delà du premier confinement, pousse également à concevoir des formats de ventes hybrides : un commissaire-priseur mène la vente dans une salle sans public, épaulé de collaborateurs prenant les enchères au téléphone, tandis qu'une régie multi-caméras permet la retransmission de l'événement en *live streaming*. « Puis, lorsqu'il a été possible de rouvrir, fin mai en France, nous avons repris les ventes traditionnelles tout en

Top 20 des artistes par produit de vente en 2020

Rang	Artiste	Produit de ventes	Lots vendus	Taux d'invendus	Meilleur résultat
1	Pablo Picasso (1881-1973)	245390299 \$	3396	18 %	29557500 \$
2	Yu San (1901-1966)	163159881 \$	79	5 %	33333223 \$
3	Wou-Ki Zao (1921-2013)	158129017 \$	373	13 %	14815898 \$
4	Daqian Zhang (1899-1983)	138159503 \$	302	18 %	5969749 \$
5	David Hockney (1937-)	131766438 \$	499	12 %	41067500 \$
6	Jean-Michel Basquiat (1960-1988)	116961569 \$	69	27 %	15184900 \$
7	Andy Warhol (1928-1987)	115052549 \$	1576	25 %	6533901 \$
8	Baishi Qi (1864-1957)	112108753 \$	279	17 %	6999084 \$
9	Francis Bacon (1909-1992)	107494309 \$	98	20 %	84550000 \$
10	Baoshi Fu (1904-1965)	106072558 \$	63	15 %	20997252 \$
11	René Magritte (1898-1967)	104314770 \$	167	12 %	24625273 \$
12	Gerhard Richter (1932-)	102409151 \$	281	13 %	27693838 \$
13	Roy Lichtenstein (1923-1997)	99212112 \$	477	20 %	46242500 \$
14	Guanzhong Wu (1919-2010)	98978343 \$	93	10 %	19539787 \$
15	Bin Wu (c.1568-1620)	76587464 \$	2	50 %	76579560 \$
16	Alexander Calder (1898-1976)	75900566 \$	433	18 %	18188400 \$
17	Joan Mitchell (1926-1992)	70952857 \$	50	6 %	14462500 \$
18	Yoshitomo Nara (1959-)	69602443 \$	389	13 %	13303279 \$
19	Yayoi Kusama (1929-)	65814064 \$	623	10 %	4985889 \$
20	Banksy (1974-)	68368952 \$	928	12 %	9945018 \$

Source : Artprice.com

développant les ventes hybrides et les ventes *online only*. En 2020, les ventes *online* ont représenté 10 % de la valeur totale de nos ventes aux enchères. Nous en avons organisé plus de deux cents dans l'année », précise Emilie Villette. Modernisant le processus de vente, le digital ouvre des horizons : les ventes peuvent désormais s'effectuer en direct dans plusieurs pays, avec des enchérisseurs partout sur la planète ! « La vente *One* était orchestrée par quatre commissaires-priseurs qui faisaient monter les enchères simultanément à Hong Kong, Paris, Londres et New York. Un million de personnes ont suivi en direct nos ventes hybrides l'année passée », se réjouit Emilie Villette.

L'ère du digital

La crise favorise aussi la montée en puissance des *Private Sales*, les ventes de gré à gré. Entre 2011 et 2019, ce canal représentait 14 % des transactions chez Christie's. Or il double au cours de l'année 2020. La maison vend plus d'œuvres dépassant les 25 millions de dollars en gré à gré qu'aux enchères.

A l'instar des grandes maisons de ventes aux enchères, tous les acteurs du marché de l'art se mettent au numérique et dématérialisent une part de leurs opérations ⁽¹⁾. Les lieux qui ne l'étaient pas commencent à s'équiper. Marchands, galeries, foires et salons d'art inaugurent leurs *viewing rooms*, selon l'expression →



à la mode. Une manière intéressante pour eux de garder le contact avec la clientèle. Mais pour ces intermédiaires, les résultats de ces expériences *online* restent mitigés. « *Un salon est le lieu où un artiste se confronte à sa clientèle sociale*, observe Arnaud Dubois, fondateur du cabinet de conseil en collection et placement dans les œuvres d'art Arnaud Dubois Associates et responsable du service Art moderne et contemporain du groupe Patrimmo. *Impossible d'y parvenir derrière un ordinateur. Idem pour un marchand, qui a, lui aussi, besoin de connaître son client afin de lui vendre des œuvres. Les viewing rooms, très coûteuses à développer, n'ont pas entièrement convaincu de leur efficacité.* » Certains leur reprochent d'ailleurs une qualité médiocre. D'autres louent leur rôle pour la transparence des prix. Qu'on les apprécie ou non, à présent qu'elles existent, les *viewing rooms* persisteront. De même que les ventes *online* se sont durablement installées dans le paysage. « *Un virage s'est opéré pour la vente en ligne, dont le montant va continuer à progresser. Mais les clients veulent voir les œuvres. Et ils sont encore difficilement prêts à investir des millions sur les œuvres vendues en ligne* », estime Arnaud Dubois.

Enchères moyennes à 20 000 dollars

Traditionnellement, ce sont les bijoux, les montres, les estampes, les photographies qui se vendent le mieux en ligne. Des œuvres comportant peu de risque, à la fois de déception à réception et de dégradation durant le transport. Des œuvres dont la valeur ne dépasse généralement pas quelques dizaines de milliers de dollars. « *Avant 2020, le marché fait preuve d'une certaine réticence à proposer online des œuvres plus haut de gamme. La valeur moyenne des lots présentés en ligne oscillait alors entre 7 000 et 10 000 dollars chez Christie's. Dans le contexte de la pandémie et de la digitalisation qu'elle impose, la valeur moyenne des lots double en un an, passant à 20 000 dollars* », relève Emilie Villette.

Enchères, galerie, marketplace : où investir ?

Ventes aux enchères

Les ventes organisées par des maisons de ventes sous la responsabilité d'un commissaire-priseur permettent d'acheter des œuvres à prix compétitif. Attention toutefois, les enchères peuvent s'envoler rapidement. Et des frais de 20 à 30 % s'ajoutent au prix d'adjudication. Mieux vaut donc se fixer à l'avance une limite à ne pas franchir !

Galleries

Les galeries d'art jouent le rôle d'intermédiaire entre un artiste et le public. Si elles effraient encore parfois par leur image élitiste, elles sont en réalité un lieu permettant d'accéder aisément à l'art. Discuter avec le galeriste peut rassurer l'investisseur, qui peut par ailleurs négocier le prix d'une œuvre. Passer par une galerie ayant pignon sur rue assure également la traçabilité de l'œuvre et un bon niveau de sécurité. Le prix peut être plus élevé que pour un achat en ligne, la galerie supportant plus de frais de fonctionnement.

Site en ligne

Faciles d'accès, les marketplaces permettent de faire l'acquisition d'œuvres d'art, à partir de tarifs très abordables. Elles présentent souvent principalement des œuvres contemporaines, mais aussi modernes. Attention de choisir un site fiable ! Parmi les critères permettant d'établir la légitimité du site, les garanties mises en avant : expertises, transparence, possibilité d'échanges entre acheteur et vendeur... Sans parler de la qualité des œuvres proposées et de leur diversité (époque et typologie).



Lot 15B - Pablo Picasso (1881-1973) - Femme assise près d'une fenêtre (Marie-Thérèse) - 103 410 000 \$.

Le marché gagne en maturité. L'ensemble des acteurs (maisons de vente, galeries, marchands...) joue pleinement la carte du digital et les acheteurs suivent. Et pour la première fois, des œuvres dépassant le million de dollars figurent dans des ventes *online only*. « *C'est le cas d'un tableau de Pierre Soulages, vendu 1,4 million d'euros par Christie's en décembre dernier. Dans un tout autre univers artistique, un véritable coup de tonnerre a retenti sur le marché quelques mois plus tard lorsque les enchères en ligne ont atteint 69,3 millions de dollars pour le NFT de Everyday's - The First 5000 Days, une œuvre numérique de Beeple. Un prix qui situe son créateur parmi les trois artistes vivants les plus chers au monde. Cette vente totalement hors norme a été suivie par 22 millions de personnes !* », relate Emilie Villette. En 2020, Christie's observe que ses ventes en ligne attirent un tiers d'ache-

teurs *online* récurrents, un tiers d'acheteurs traditionnels testant pour la première fois l'achat numérique et un tiers de nouveaux acheteurs.

Nouvelle clientèle

Parmi ces internautes qui participent pour la première fois à une vente aux enchères, beaucoup de jeunes pour qui le digital est un vrai moyen de consommer. La croissance du numérique permet d'atteindre massivement cette clientèle nouvelle. « *Les connexions explosent dès le premier confinement, avec une audience plus large, plus jeune et l'arrivée de nouveaux enchérisseurs* », indique le rapport d'Artpice ⁽¹⁾. « *Les ventes online only constituent aujourd'hui notre première façon d'attirer un public neuf, plus jeune. 32 % de nos nouveaux acheteurs sont des Millennials, captés par ces ventes en*