

Paris, 8 janvier 2015

*Pour son premier petit-déjeuner de l'année et en partenariat avec SwissLife Banque Privée, le Club de l'Audace a eu l'honneur d'accueillir Guillaume Cerutti, Président-Directeur Général de Sotheby's France, Vice-Président de Sotheby's Europe. L'occasion d'établir la place de la France sur le marché mondial de l'art : une mise en perspective de rigueur lorsque l'on réalise la récente transformation de ce secteur.*

*Guillaume Cerutti a tenu à rappeler la singularité de ce marché, à forte résonance médiatique, malgré une taille relativement modeste, avec un chiffre d'affaires mondial de l'ordre de 50 milliards de dollars par an, soit un chiffre d'affaires comparable à celui d'une seule grande entreprise comme Renault ou France Télécom.*

*L'actuel Président de Sotheby's France parle de « PME » lorsqu'il évoque les multinationales leaders de ce marché.*

*Pour preuve, il indique que Sotheby's ne compte que 1 600 salariés dans le monde (dont 100 en France).*

*Mais il ne se passe pas une semaine sans que l'on ne parle dans les médias d'une nouvelle vente aux enchères record.*

*Avant d'étudier le marché français en explicitant ses forces mais aussi sa difficulté à combler l'écart qui s'est creusé avec ses homologues américain, chinois ou anglais, Guillaume Cerutti dresse le panorama international d'un marché en pleine mutation. Selon lui, une triple mutation qui s'est opérée depuis les 15 dernières années.*

### 1. Une mutation au niveau de la taille du marché

Le chiffre d'affaires du marché de l'art a été multiplié par quatre en une vingtaine d'années. Cette forte croissance s'explique, entre autres, par l'augmentation du nombre d'œuvres d'art vendues à des prix très élevés (supérieurs à 50 millions de dollars). L'art moderne et contemporain représente, au vu de l'engouement qu'il suscite, une part prépondérante du nombre d'œuvres vendues à ces prix records. La France n'a pas su se positionner comme le haut lieu de l'art moderne et de l'art contemporain, cédant ainsi la place à New-York et à Londres.

### 2. La mondialisation du marché

Jusqu'au début des années 2000, le marché de l'art était un marché principalement occidental où s'illustraient surtout les vendeurs et acheteurs venus d'Europe et des États-Unis. Désormais, il est question d'un marché d'acheteurs multipolaire. Sont aujourd'hui actifs de puissants acheteurs asiatiques, russes, sud américains, indiens ou résidents des pays du Golfe. Pour illustrer son propos, Guillaume Cerutti, reprend l'exemple d'une des transactions emblématiques du secteur : le tableau de Paul Cézanne « Les joueurs de cartes » supposément acheté pour le Qatar pour la somme de 250 millions de dollars. Ces nouveaux acheteurs participent incontestablement à l'évolution rapide des chiffres du marché. De véritables nouveaux marchés de l'art sont nés, à l'instar de la Chine qui représente aujourd'hui 25 à 30 % du marché de l'art international (contre 1 % en 2002). A Pékin principalement des galeries d'art ou d'importantes maisons de vente aux enchères ont vu le jour au cours des années récentes.

Ces pôles artistiques émergents ont accompagné une dynamique événementielle symptomatique de cette mondialisation. Le développement des foires internationales est considérable : la FIAC à Paris, la foire de Bâle, la Frieze à Londres ou encore la foire de Maastricht, celle de Singapour, etc.

### L'évolution du goût dominant : la domination de l'art du vingtième siècle à nos jours

Au cours de la décennie écoulée, l'art du vingtième siècle à nos jours (art moderne, art contemporain,

photos, art déco, art tribal...) est celui qui a connu le développement le plus rapide, au détriment notamment des arts décoratifs classiques, cela pour plusieurs raisons. Les habitudes de vie, la façon de recevoir, ont changé, ce qui éloigne les amateurs d'art décoratif ou de mobilier ancien. Au contraire, l'art contemporain bénéficie d'un fort engouement, car il est plus directement et facilement accessible par des nouveaux acheteurs. Tous ces constats posent naturellement des questions légitimes en matière de stabilité du marché. Le marché de l'art a été frappé par un retournement de conjoncture en 2008/2009, ce qui entretient la prudence des différents acteurs économiques. Cependant, les fondamentaux de ce marché sont puissants, il y a de plus en plus de pays riches dans le monde qui génèrent des nouvelles fortunes et font naître des collectionneurs en puissance. Il y aura, selon lui, des ajustements sur ce marché mais la tendance à long terme est « haussière ».

### 3. Et la France ?

La France a mal négocié le virage de la mondialisation du marché de l'art. En valeur la France, elle ne représente plus que 6% du marché. La réglementation appliquée par la France jusqu'en 2001 était très contraignante. A titre

d'exemple, ce n'est qu'en 2001, sous la pression européenne, que Sotheby's a pu organiser des ventes sur le territoire français. Cette ouverture tardive du marché de l'art français a aujourd'hui de lourdes conséquences. L'élan de la mondialisation dont la France n'a pas su profiter a creusé un écart difficile à combler.

Le Président de Sotheby's France conserve pourtant une vision positive du marché français pour de multiples raisons :

- la richesse du pays en œuvres d'art et en collectionneurs ;
- l'attractivité de notre pays pour les amateurs d'art ;
- l'importance du tissu de galeristes et de maisons de vente aux enchères.

« La France doit être capable d'attirer et de créer l'envie ! », concluait avec conviction Guillaume Cerutti. Si elle veut conserver son rang, la France doit continuer d'attirer des acheteurs du monde entier mais surtout développer la venue de vendeurs étrangers, qui doivent choisir Paris comme une place de vente internationale.

Tout au long de cette intervention, Guillaume Cerutti nous a livré sa vision du marché en 2015 et montré sa volonté de faire de la France une place incontournable de l'art.

2015-035

Sarah Elkaim



Didier Lallemand, Olivier Buquen, Thomas Legrain, Mathieu Breton, Yvette Mathieu, Guillaume Cerutti, Pascale Lagesse, Patrice Molle, Jean-Pierre Rollet

D.R.