

Portrait économique des diffuseurs d'art actuel inscrits à la Maison des artistes

Muriel DE VRIÈSE, Bénédicte MARTIN, Nathalie MOUREAU, Dominique SAGOT-DUVAUROUX*

Economic picture of contemporary art dealers registered with the Maison des Artistes

Les diffuseurs français d'art actuel demeurent aujourd'hui encore mal connus. En raison de l'absence de code APE spécifique pour les recenser, pratiquement aucune donnée statistique n'est produite les concernant et peu d'études empiriques leur sont consacrées. L'analyse des déclarations à la Maison des artistes – organisme chargé de gérer le régime de sécurité sociale de ces professionnels – d'un ensemble représentatif de diffuseurs qui exposent et vendent les œuvres d'artistes vivants (voir l'encadré méthodologie en p. 8) permet de dégager des informations inédites et de caractériser la nature des relations qu'ils entretiennent avec les artistes qu'ils soutiennent.

PORTRAIT DES DIFFUSEURS D'ART ACTUEL

Plutôt jeunes, inégalement répartis sur le territoire et essentiellement des galeries

Les diffuseurs d'art actuel sont très majoritairement des galeries (92 %), une part réduite exerce à titre principal le métier d'antiquaire ou de brocanteur (6 %), tandis que les éditeurs d'art et les musées ne représentent qu'une très faible proportion (2 %).

Dans l'ensemble, ces structures sont relativement jeunes : en 2006, les trois quarts de ces structures ont été créées il y a moins de vingt ans, une structure sur cinq a moins de six ans d'exercice. La moyenne d'âge, 15 ans, demeure peu élevée. 5 % seulement des diffuseurs existent depuis plus de 40 ans.

On trouve peu d'associations au sein de la population des diffuseurs (5 %), qui optent de préférence pour un statut de société à responsabilité limitée (SARL) (47 %) et d'entreprise patrimoniale (EP) (35 %). Les entreprises unipersonnelles à responsabilité limitée (EURL) (4 %), ainsi que les sociétés en nom collectif (SNC) et les sociétés par actions simplifiées (SAS) sont moins bien représentées (moins de 1 %).

Les diffuseurs d'art actuel sont très inégalement répartis sur le territoire français : 42 % sont concentrés en Île-de-France (dont 87 % à Paris) ; les autres se localisent en Provence-Alpes-Côte d'Azur (14 %), en Rhône-Alpes (7 %), en Bretagne (5 %) et en Aquitaine (5 %¹).

Évaluation économique des liens entre artistes et diffuseurs

En 2006, parmi les diffuseurs d'art actuel – qui vendent des œuvres d'artistes français (résidant en France) vivants –, 78 % sont concentrés exclusivement sur cette activité, les autres l'ont complétée par la vente d'œuvres d'artistes décédés.

* Muriel DE VRIÈSE, Université du Havre. Bénédicte MARTIN, Université du Havre. Nathalie MOUREAU, Laboratoire montpelliérain d'économie théorique et appliquée (Lameta), Université de Montpellier. Dominique SAGOT-DUVAUROUX, Groupe de recherche angevin en économie et management (Granem), Université d'Angers.

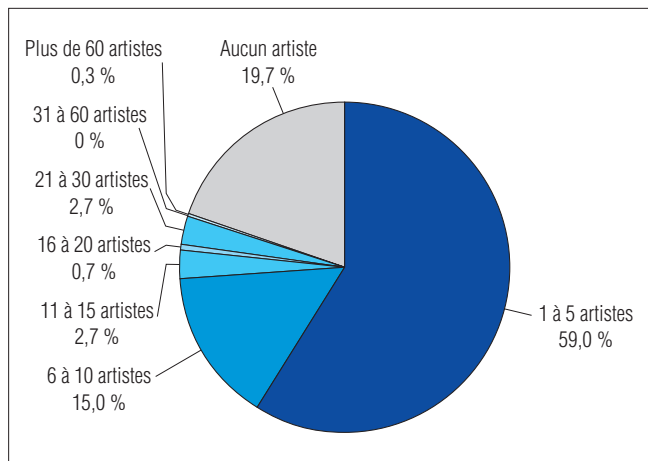
1. Un tiers des régions n'accueille qu'une proportion marginale de ces diffuseurs d'art actuel français : Alsace, Antilles Guyane Réunion, Auvergne, Centre, Champagne-Ardenne, Corse, Franche-Comté, Limousin, Lorraine, Picardie, Poitou-Charentes. Le faible effectif des structures de ces onze régions ne permet pas de les traiter isolément : dans la suite du texte, elles seront regroupées dans une catégorie « Autres régions ». Paris, en revanche, est isolé du reste de la région Île-de-France en raison de son caractère particulier.

Les diffuseurs versent en moyenne 82 800 euros par an, cette somme se répartissant sur dix artistes. L'éventail des sommes distribuées est très large : de 72 euros pour la plus faible à 487 200 euros par artiste (soit un écart type de 33 300 euros). La moyenne pondérée des sommes versées par artiste est de 12 000 euros².

Le phénomène de polarisation sur les artistes locaux semble très fort puisque plus de la moitié des artistes rémunérés résident dans la même région que leur diffuseur (soit 52 %). Par ailleurs, 83 % des diffuseurs versent des sommes à au moins un artiste français vivant dans leur région (et 72 % dans leur département). Cette proportion augmente de 7 % entre 2004 et 2006.

Au-delà de ce phénomène de polarité locale, les diffuseurs semblent s'appuyer sur le travail d'un noyau dur d'artistes dont les œuvres se vendent régulièrement (38 % de leurs artistes en moyenne). Pour la plupart des diffuseurs (59 %), ce noyau dur regroupe un à cinq artistes (graphique 1). Plus largement, plus de 80 % des diffuseurs versent des sommes à au moins un artiste « régulier »³.

Graphique 1 – Répartition des diffuseurs en fonction du nombre d'artistes « réguliers » auxquels ils versent des sommes



Source : Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, 2010

LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES DIFFUSEURS D'ART ACTUEL ET SES DÉTERMINANTS

Le chiffre d'affaires annuel⁴ moyen par diffuseur s'élève à 404 700 euros entre 2004 et 2006. Cette moyenne cache une hétérogénéité très forte : de 0 à 14 046 900 euros selon les structures. Avec une progression de plus d'un quart (28 %) entre 2004 et 2006, principalement en 2006 (+ 22 %), le premier marché semble donc avoir profité de la hausse générale des prix sur le marché de l'art et de l'engouement pour l'art contemporain sensible sur le marché des enchères⁵. Pour autant, une grande proportion de diffuseurs d'art actuel réalise un chiffre d'affaires qui reste faible (43 % ont un chiffre d'affaires inférieur à 50 000 euros) (graphique 2).

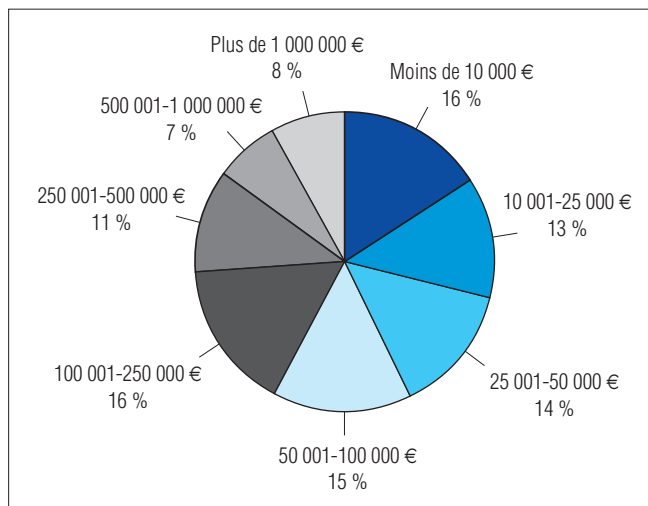
Localisation

Le chiffre d'affaires des diffuseurs dépend de leur implantation territoriale : le chiffre d'affaires moyen des structures parisiennes s'élève à 818 500 euros contre une moyenne de 146 200 euros pour toutes les autres structures.

Structure juridique

Statut juridique et chiffre d'affaires sont significativement liés. Le fait d'être une association ou une entreprise patrimoniale est lié négativement au résultat économique, contrairement au fait d'être une SA ou une SARL. Ainsi, les diffuseurs dont le chiffre d'affaires moyen est le plus élevé sont davantage constitués en SAS et SA (respectivement 1,9 million d'euros et 1,6 million d'euros en moyenne). Les SARL (482 000 euros de chiffre d'affaires annuel moyen) et les SNC

Graphique 2 – Répartition des diffuseurs par tranches de chiffre d'affaires annuel (moyenne sur trois ans)



Source : Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, 2010

(421 000 euros) ont un chiffre d'affaires moyen plus faible. Viennent ensuite les EURL (186 000 euros), les entreprises patrimoniales (99 000 euros) et enfin les associations (62 500 euros).

Activité

L'analyse du chiffre d'affaires des diffuseurs inscrits à la Maison des artistes révèle la diversité des situations économiques : certaines activités comme l'édition d'art sont plus lucratives que d'autres (les brocantes), tandis que les structures les plus jeunes, comme les TPE (très petites entreprises),

2. Ces sommes représentent en moyenne 55 % du chiffre d'affaires annuel des structures. Ce ratio peut parfois être supérieur à 100 %, lorsque les structures ne rémunèrent pas les artistes lors de l'année fiscale en cours, créant ainsi des décalages dans le temps.

3. Ces proportions sont calculées sur la base de la population totale des structures de diffusion ayant déclaré le nom des artistes auxquels elles ont versé des sommes, soit 300 structures chaque année.

4. Il s'agit du chiffre d'affaires total TTC du diffuseur au titre de l'ensemble de ses activités.

5. Selon l'Artprice Global Index, les prix sur le marché des enchères ont augmenté de 37 % entre le 1^{er} janvier 2004 et le 1^{er} janvier 2007 ; les prix aux enchères d'œuvres d'art contemporain ont quant à eux augmenté de 72 % durant la même période.

Méthodologie de l'analyse économétrique du chiffre d'affaires des diffuseurs

Une analyse économétrique a été réalisée pour apprécier l'influence d'une série de facteurs sur l'activité économique des diffuseurs d'art actuel :

- la forme juridique du diffuseur : EP, SARL, SA, ASS, EURL et les autres formes juridiques (SAS et SNS) ont été regroupées dans une même catégorie du fait d'un trop petit nombre d'observations ;
- l'ancienneté de la structure : de 0 à 5 ans, de 6 à 10 ans, de 11 à 20 ans, de 21 à 30 ans, de 31 à 40 ans et plus de 40 ans ;
- la localisation géographique : Aquitaine, Basse-Normandie, Bourgogne, Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées, Nord-Pas-de-Calais, Pays de la Loire, Haute-Normandie, PACA, Rhône-Alpes, Bretagne, Paris, petite et grande couronne et les autres régions ;
- le fait que le diffuseur vende ou non, à côté d'œuvres d'artistes français vivants, des œuvres d'artistes français décédés ;
- le nombre d'artistes français vivants à qui la structure de diffusion verse des sommes lors de l'année fiscale en cours ;
- la somme versée par artiste français vivant ;
- la proportion d'artistes régionaux auxquels la structure verse les sommes lors de l'année fiscale en cours ;
- la proportion d'artistes « réguliers » à qui la structure verse des sommes lors de l'année fiscale en cours.

souffrent d'une espérance de vie faible et d'une grande fragilité financière. L'activité d'édition d'art est celle dont le résultat économique est le plus élevé (chiffre d'affaires annuel moyen de 469 400 euros). À l'inverse, les brocanteurs (21 400 euros) et les antiquaires (152 200 euros) réalisent les chiffres d'affaires annuels moyens les plus faibles. Les galeries (398 000 euros) sont les structures les plus nombreuses, et donc les mieux réparties entre les tranches de chiffre d'affaires.

Âge

Paradoxalement, l'ancienneté de la structure n'a que peu d'influence sur le chiffre d'affaires au-delà du seuil de cinq années d'activités. Le chiffre d'affaires moyen des structures de moins de cinq ans (94 000 euros) est dix fois moins élevé que celui des structures âgées de 31 à 40 ans (949 000 euros). Plus de 43 % des structures de moins de cinq ans ont un chiffre d'affaires inférieur à 25 000 euros, et 40 % des structures de plus de 40 ans un chiffre d'affaires supérieur à 500 000 euros.

Valorisation des artistes vivants et spécialisation de l'activité

Se consacrer à la vente exclusive d'œuvres d'artistes français vivants est économiquement moins porteur que d'intervenir également sur le marché des artistes décédés : une grande proportion des diffuseurs dont le travail est consacré exclusivement à la vente d'œuvres d'artistes vivants réalisent un chiffre d'affaires faible (41 % d'entre eux ont un chiffre d'affaires inférieur à 50 000 euros), contrairement aux diffuseurs qui vendent à la fois les œuvres d'artistes vivants et d'artistes décédés (26 % déclarent un chiffre d'affaires supérieur à 500 000 euros), et à ceux qui ne vendent que les œuvres d'artistes décédés (30 % ont un chiffre d'affaires supérieur à 500 000 euros). Ainsi la répartition des risques entre artistes vivants et artistes décédés reste-t-elle un gage de pérennité et d'efficacité économique.

Si le chiffre d'affaires des diffuseurs tend à évoluer, faiblement, à l'inverse du nombre d'artistes rémunérés, on observe un effet de seuil : le nombre d'artistes qui vendent augmente progressivement avec le chiffre d'affaires des dif-

fuseurs jusqu'à un million d'euros puis décroît ; les structures les mieux dotées économiquement ne sont donc pas celles qui rémunèrent le plus grand nombre d'artistes.

En revanche, les sommes versées aux artistes sont liées positivement au chiffre d'affaires. Si les structures les plus importantes ne sont donc pas celles qui rémunèrent le plus grand nombre d'artistes, ce sont celles qui versent les sommes les plus élevées par artiste : 48 300 euros en moyenne par artiste pour les structures dont le chiffre d'affaires est supérieur à un million d'euros, signe qu'elles prennent en charge des artistes bénéficiant d'une certaine notoriété.

Le chiffre d'affaires des diffuseurs semble faiblement corrélé à la proportion d'artistes de leur région. Cette proportion s'élève à 58 % pour les structures qui déclarent un chiffre d'affaires annuel très faible (inférieur à 10 000 euros), contre 56 % pour celles qui déclarent un chiffre d'affaires compris entre 250 001 et 500 000 euros et 50 % pour celles qui déclarent un chiffre d'affaires élevé (supérieur à 1 million d'euros). Si l'on peut supposer que le fait de privilégier les artistes locaux permet de se constituer un marché, on ne saurait en déduire que c'est une stratégie efficace pour développer le chiffre d'affaires.

En revanche, le chiffre d'affaires est positivement corrélé à la proportion d'artistes réguliers (dont les œuvres sont vendues de façon régulière par les diffuseurs) : 52 % des diffuseurs déclarant un chiffre d'affaires supérieur à un million d'euros font régulièrement affaire avec les mêmes artistes contre 29 % des diffuseurs déclarant un chiffre d'affaires inférieur à 10 000 euros. Le volume d'affaires d'un diffuseur est donc lié à sa capacité à s'appuyer sur un noyau d'artistes dont il vend régulièrement les œuvres, ce qui incite les diffuseurs à entretenir des relations durables avec les artistes auxquels ils ont su trouver un marché. Cela peut aboutir à deux stratégies opposées : une stratégie de neutralisation du risque – cette base d'artistes réguliers facilite la valorisation du travail de nouveaux artistes – ou, au contraire, une stratégie d'investissement sur quelques artistes réguliers qui conduit le diffuseur à limiter son travail de valorisation à un petit nombre d'artistes, au détriment d'autres, plus risqués.

Stratégiquement, les diffuseurs ont tout intérêt à constituer un noyau d'artistes réguliers suffisamment large pour consolider leur chiffre d'affaires. L'une des plus grandes fractures entre les diffuseurs demeure celle de la localisation géographique.

SPÉCIFICITÉS DES DIFFUSEURS

PARISIENS

Au-delà de la concentration géographique parisienne⁶ des structures de diffusion, on observe une inégale répartition du chiffre d'affaires sur le territoire : 78 % du chiffre d'affaires total de l'activité de diffusion est réalisé par les structures parisiennes. De plus, la progression du chiffre d'affaires observée entre 2004 et 2006 est surtout due à l'activité des structures parisiennes (+ 40 %, contre + 7 % hors Paris).

Les diffuseurs parisiens

La forte concentration géographique des diffuseurs dans Paris (87 % des diffuseurs d'Île-de-France sont implantés à Paris, 6 % en petite couronne et 7 % en grande couronne) cache une hétérogénéité de situations importante, que ce soit en termes de localisation géographique, d'activités ou de spécialisation des structures. Une analyse par quartier permet de mettre au jour ces disparités.

À l'intérieur de Paris, les quartiers Est (9 %) sont très largement délaissés au profit de la Rive gauche (38 %, essentiellement dans le 6^e arrondissement), de la rive droite Beaubourg-Marais (31 %, surtout dans le 3^e arrondissement) et de la rive droite Matignon (22 %, essentiellement dans le 8^e arrondissement⁷) (tableau 1). De même, la vigueur économique des diffuseurs diffère fortement d'un quartier à l'autre : le chiffre d'affaires annuel moyen le plus élevé est réalisé par les diffuseurs de la Rive droite – soit 1,3 million d'euros dans le quartier de Matignon et 890 000 euros dans le quartier Beaubourg-Marais –, quand les diffuseurs de la Rive gauche réalisent un chiffre d'affaires annuel moyen de 600 000 euros (tableau 1).

Plusieurs facteurs expliquent cette hétérogénéité de situations. D'abord, la corrélation existant entre l'âge de la structure et son quartier d'implantation⁸ : plus d'un tiers des structures du quartier Est existent depuis moins de dix ans, alors qu'environ un tiers de celles du quartier Matignon comptent

plus de trente ans d'activité. Les quartiers Beaubourg-Marais (43 % ont entre 11 et 20 ans) et de la Rive gauche (37 %) occupent une position intermédiaire.

Ensuite, la spécialisation des structures par quartier est manifeste. Comparativement aux autres régions, c'est à Paris que les structures ont le plus recours à la vente d'œuvres d'artistes décédés, en particulier dans le quartier Matignon. À l'inverse, dans les quartiers Est, plus jeunes, les structures privilégient la vente exclusive d'œuvres d'artistes vivants (81 %). Ce phénomène de spécialisation ressort également de l'observation du nombre moyen d'artistes français vivants rémunérés par les structures : celui-ci est beaucoup plus faible pour les structures du quartier Matignon (2,7) que pour celles de la Rive gauche (6,4), du quartier Beaubourg-Marais (7,8) ou encore des quartiers Est (14,8).

De plus, Paris profite de la concentration d'artistes qui y résident puisque c'est le territoire le plus marqué par le phénomène du « localisme » (63 % des artistes français vivants rémunérés par les diffuseurs vivent en région parisienne). La proportion d'artistes locaux est plus importante dans les structures des quartiers Est (77 %) que dans le quartier de Beaubourg-Marais (69 %), de la Rive gauche (62 %) ; elle est moins élevée dans le quartier Matignon (52 %).

La proportion d'artistes réguliers des structures parisiennes est importante : 45 % dans les quartiers Est et 42 % dans les quartiers Beaubourg-Marais ainsi que dans ceux de la Rive gauche ; elle est en revanche moins élevée pour les diffuseurs du quartier Matignon (32 %). Être une structure plus ancienne ne semble donc pas influencer significativement sur la constitution d'un noyau d'artistes plus large, qui augmenterait avec le temps. Cependant, les structures conservant la plus grande proportion d'artistes réguliers sont, pour chaque quartier, celles qui ont un chiffre d'affaires élevé (hormis les quelques structures de la Rive gauche qui ont un chiffre d'affaires inférieur à 10 000 euros). La proportion d'artistes réguliers est donc positivement corrélée au niveau de chiffre d'affaires de manière plus significative pour les structures de diffusion parisiennes que pour les autres.

Tableau 1 – Caractéristiques des diffuseurs parisiens par quartier (moyennes annuelles sur la période 2006-2008)

en %

Quartiers	Répartition géographique	CA moyen (en €)	Âge moyen (années)	Nombre d'artistes français vivants	Structures qui rémunèrent des artistes			Proportion d'artistes	
					vivants	vivants et décédés	décédés	locaux	réguliers
Rive gauche (5 ^e , 6 ^e , 7 ^e , 14 ^e)	38	600 000	22,1	6,4	65	32	4	62	42
Rive droite Beaubourg-Marais (1 ^{er} , 2 ^e , 3 ^e , 4 ^e)	31	890 000	16,4	7,8	75	22	3	69	42
Rive droite Matignon (8 ^e , 9 ^e , 16 ^e , 17 ^e)	22	1 300 000	20,5	2,7	49	43	8	52	32
Quartiers Est (10 ^e , 11 ^e , 12 ^e , 13 ^e , 18 ^e , 19 ^e)	9	260 000	16,5	14,8	81	19	0	77	45
Total Paris	100	820 000	19,1	7,0	66	30	4	63	40

Source : Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, 2010

6. Y compris petite et grande couronne parisienne.

7. Parmi tous les arrondissements, les diffuseurs parisiens d'art actuel sont très nettement implantés dans le 6^e (27 %), le 3^e (17 %) et le 8^e (16 %) arrondissements.

8. Françoise BENHAMOU, Nathalie MOUREAU et Dominique SAGOT-DUVAUROY, *les Galeries d'art contemporain en France. Portrait et enjeux dans un marché mondialisé*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS/La Documentation française, coll. « Questions de culture », 2001.

L'écart de chiffre d'affaires annuel moyen observé entre les structures parisiennes et celles situées hors Paris correspond au choix du statut juridique. Les associations sont celles dont le chiffre d'affaires est le plus faible ; elles sont aussi celles que l'on retrouve le plus en région (93 % des associations) : à l'opposé, Paris regroupe la totalité des SAS (100 %), les trois quarts des SA et des SNC.

Les diffuseurs hors Paris⁹

Des profils contrastés se dessinent entre structures parisiennes et structures situées en région, plus jeunes et plus fragiles¹⁰.

En région, les diffuseurs d'art actuel sont localisés dans les grandes villes et dans les lieux touristiques. Si, en Rhône-Alpes, les diffuseurs sont concentrés dans les plus grandes villes, Lyon (43 %) puis Grenoble (9 %), en Provence-Alpes-Côte d'Azur, ce sont les villes touristiques qui ont leurs faveurs : Saint-Paul-de-Vence (16 %), Nice (15 %), Marseille (10 %), Cannes (5 %) et Saint-Rémy-de-Provence (5 %). Le phénomène est similaire en Bretagne : les villes touristiques de Dinard, Dinan, Pont-Aven et Saint-Malo accueillent davantage de diffuseurs que celles de Brest, Rennes et Quimper.

Le chiffre d'affaires moyen des diffuseurs hors Paris est 5,6 fois moins élevé que celui de leurs confrères parisiens. Quelle que soit la région, le chiffre d'affaires annuel moyen est inférieur à 159 000 euros, à l'exception de la Basse-Normandie qui présente un profil particulier¹¹.

Plusieurs facteurs expliquent les différences observées entre Paris et les régions.

Tout d'abord, l'âge des structures situées en région est moins élevé que celui de leurs homologues parisiennes. Si

l'âge moyen des structures de région est de 12,5 ans, environ un quart d'entre elles (25 %) existent depuis cinq ans ou moins. Les structures plus anciennes se situent dans le Nord-Pas-de-Calais (19,6 ans), plus anciennes d'ailleurs que les structures parisiennes (19,1 ans), les plus jeunes dans les Pays de la Loire et en Aquitaine (9,9 ans et 10,6 ans respectivement). Toutefois, contrairement à ce qui a été observé à Paris, il n'apparaît pas de corrélation entre l'ancienneté de la structure et son chiffre d'affaires : dans le Nord-Pas-de-Calais par exemple, les structures demeurent fragiles puisqu'aucune d'entre elles n'atteint le seuil de 250 000 euros de chiffre d'affaires, tandis que dans les Pays de la Loire, 22 % des structures réalisent un chiffre d'affaires annuel moyen supérieur à 250 000 euros.

Les structures de région concentrent davantage leur activité sur des artistes vivants : 82 % des diffuseurs en région réalisent exclusivement leurs ventes à partir d'œuvres d'artistes vivants, contre 66 % des diffuseurs parisiens. De ce point de vue, les diffuseurs semblent courir un risque plus grand en vendant les œuvres d'artistes dont le cercle de collectionneurs reste souvent à construire. Le nombre moyen d'artistes vivants rémunérés par les structures est plus élevé en région (9,9 artistes en moyenne) qu'à Paris (7), en particulier en petite et grande couronne (14,4), en Haute-Normandie (14) et dans les Pays de la Loire (12).

Les régions dans lesquelles les diffuseurs d'art actuel rémunèrent une forte proportion d'artistes de la région sont la Bretagne (57 % des artistes rémunérés sont de la même région que leur diffuseur) et le Languedoc-Roussillon (56 %), à l'opposé de la Bourgogne (26 %) et de la Basse-Normandie (24 %).

Tableau 2 – Caractéristiques des diffuseurs par territoire (moyennes établies sur trois années d'exercice)

en %

Territoire	Effectifs	CA moyen	Âge moyen	Nombre d'artistes français vivants	Artistes vivants	Artistes vivants et décédés	Artistes décédés	Artistes locaux	Artistes réguliers
		(en €)	(années)	par structure					
Paris	37	820 000	19,1	7,0	66	30	4	63	40
Petite et grande couronne	5	150 000	13,7	14,4	88	11	1	56	40
Régions	58	145 472	12,5	9,9	82	15	3	43	37
Dont :									
PACA	14	158 664	11,7	10,2	83	14	3	34	30
Rhône-Alpes	7	123 753	12,8	8,4	83	16	1	46	31
Bretagne	5	94 702	11,5	9,4	75	25	0	57	50
Aquitaine	5	155 871	10,6	11,8	80	17	3	33	47
Midi-Pyrénées	3	115 145	12,8	7,3	85	13	2	45	25
Basse-Normandie	3	507 568	14,1	10,3	80	15	5	24	43
Pays de la Loire	3	90 459	9,9	12,0	89	3	9	37	29
Languedoc-Roussillon	3	79 606	12,6	11,6	77	23	0	56	45
Bourgogne	3	126 702	11,3	6,1	84	13	3	26	28
Nord-Pas-de-Calais	2	79 585	19,6	9,6	93	3	3	38	26
Haute-Normandie	2	96 699	15,0	14,0	93	0	7	53	35
Autres régions	8	114 625	14,0	10,2	83	14	3	34	30
Ensemble	100	404 681	15,0	9,0	76	20	3	52	39

Source : Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, 2010

9. Les diffuseurs de la petite et grande couronne parisienne sont intégrés à cette analyse car leurs caractéristiques les rapprochent plutôt des structures situées en région que de leurs consœurs parisiennes.

10. Ces profils incarnent des moyennes qui ne doivent pas faire oublier la forte diversité des situations dans chacun des deux groupes.

11. Une galerie située à Honfleur gonfle à elle seule considérablement le chiffre d'affaires moyen des structures de la région.

En région, à la différence des structures parisiennes, s'appuyer sur un noyau dur d'artistes n'induit pas nécessairement un chiffre d'affaires élevé. Ainsi, pour bon nombre de structures, constituer un noyau dur d'artistes n'est pas forcément une stratégie commerciale efficace, mais relève davantage d'un choix de politique de valorisation.

VERS UNE TYPOLOGIE ÉCONOMIQUE DES DIFFUSEURS D'ART ACTUEL

La corrélation entre le montant du chiffre d'affaires, le statut juridique adopté par la structure de diffusion et sa localisation est particulièrement déterminante. La combinaison de ces trois variables permet de dresser une typologie des diffuseurs d'art actuel proposant trois profils distincts (tableau 3) : les associations, les commerçants d'art et les « sociétés commerciales mixtes ».

Les associations

Les associations sont toutes des galeries. Elles sont peu nombreuses (5 % des diffuseurs d'art actuel résidant fiscalement en France) et très majoritairement localisées en région (92 % d'entre elles). Leur situation est particulièrement précaire : leur chiffre d'affaires annuel moyen est bien inférieur à celui des autres catégories (62 500 euros) et elles sont plus jeunes (11,4 ans en moyenne).

Plus que les autres structures, les associations travaillent exclusivement avec des artistes français vivants (85 %). Peu d'entre elles représentent à la fois des artistes décédés et des artistes vivants (12 %). Le portefeuille des artistes qu'elles proposent est large : ce sont elles qui rémunèrent le plus grand nombre d'artistes français vivants (11,6 en moyenne), s'intéressant majoritairement aux artistes de leur région (58 %¹²). La rotation des artistes présentés est généralement élevée. Les associations sont les structures qui ont le noyau d'artistes réguliers le plus faible parmi les structures étudiées.

Tableau 3 – Caractéristiques économiques des diffuseurs d'art actuel

	Associations	Commerçants d'art	Sociétés commerciales mixtes	
			standards	confirmées
Proportion du total des diffuseurs	5 %	35 %	51 %	9 %
Statut juridique	ASS	EP	SARL, EURL	SA, SAS, SNC
Type d'activités	100 % sont des galeries	88 % galeries 10 % antiquaires-brocanteurs 2 % éditeurs d'art	93 % galeries 5 % antiquaires-brocanteurs 2 % éditeurs d'art	92 % galeries 2 % antiquaires 5 % éditeurs d'art
Situation géographique	92 % région 8 % Paris	76 % région 20 % Paris 4 % couronne	47 % région 46 % Paris 6 % couronne	16 % région 75 % Paris 9 % couronne
Ancienneté (en 2006)	Les plus jeunes (46 % ont moins de 10 ans, âge moyen 11,4 ans)	Moyenne (40 % ont moins de 10 ans, âge moyen 14,1 ans)	Moyenne (42 % ont moins de 10 ans, âge moyen 14,4 ans)	Les plus anciennes (59 % des SA, SAS, SNC ont plus de 20 ans, âge moyen de 23,9 ans)
CA annuel moyen	Le plus faible : 62 500 € (31 % ont un CA < 10 000 €)	Assez faible : 98 500 € (38,3 % ont un CA < 25 000 €)	Moyen : 460 600 € (47 % ont un CA entre 50 000 et 500 000 €)	Le plus élevé : 1 536 700 € (54 % ont un CA > 500 000 €)
Provenance des œuvres vendues	Artistes vivants = 85 % Vivants et décédés = 12 % Décédés = 3 %	Artistes vivants = 79 % Vivants et décédés = 16 % Décédés = 4 %	Artistes vivants = 75 % Vivants et décédés = 22 % Décédés = 3 %	Artistes vivants = 65 % Vivants et décédés = 35 % Décédés = 1 %
Nombre d'artistes français vivants vendus	Le plus élevé (11,6 en moyenne)	Le plus faible (7,5 en moyenne)	Moyen (9,6 artistes)	Un peu plus que la moyenne (10,4 en moyenne)
Somme versée par artiste	La plus faible (3 700 €)	Faible (4 000 €)	Moyenne (12 000 €)	La plus importante (33 800 €)
Proportion d'artistes régionaux	Majoritaire (58 %)	La plus faible (45 %)	Moyenne (53 %)	La plus élevée (63 %)
Proportion d'artistes réguliers	La moins élevée (20 %)	Moyenne (34 %)	La plus élevée (42 %)	L'une des plus élevées (41 %)

Source : Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, 2010

12. Notons que ce sont celles dont le chiffre d'affaires est le plus faible (inférieur à 10 000 euros) qui proposent davantage d'artistes régionaux (78 %).

Deux profils d'associations se dégagent de l'étude qualitative réalisée en région¹³ : d'un côté, les galeries points de vente (circuit marchand) qui suivent les artistes sur le moyen terme, de l'autre les galeries tremplin (circuit institutionnel) qui offrent une première étape dans le parcours artistique et proposent un relais aux artistes désirant accéder à des réseaux nationaux. Il apparaît alors logique que ces dernières associations aient peu d'artistes réguliers. Les associations dont le chiffre d'affaires est le plus élevé (14 % des associations dont le chiffre d'affaires est supérieur à 500 000 euros) sont celles qui ont la proportion d'artistes réguliers la plus forte (47 % au total) ; *a contrario*, celles dont le chiffre d'affaires est inférieur à 10 000 euros (31 %) sont celles dont la proportion d'artistes réguliers est la plus faible (16 % au total). Ainsi, la corrélation entre le chiffre d'affaires et la proportion d'artistes réguliers est significativement positive pour les associations à l'image de ce que l'on observe pour les autres diffuseurs. En moyenne, les prix des œuvres vendues par les associations se situent dans une fourchette basse, ce qui se traduit par un chiffre d'affaires moyen annuel réduit et des sommes versées aux artistes également faibles.

Les commerçants d'art

Les commerçants d'art, constitués sous la forme d'entreprises patrimoniales, représentent un peu plus d'un tiers des diffuseurs (environ 35 %). Ils sont davantage localisés en région (un peu plus des trois quarts). Ces structures pratiquent rarement des prix élevés et leur chiffre d'affaires annuel moyen est relativement faible (à peine 100 000 euros).

Leur ancienneté est moyenne, proche de celle des SARL (14,1 ans). Il s'agit essentiellement de galeries. Cette catégorie abrite la plus grande proportion d'antiquaires-brocanteurs (10 %). Les commerçants d'art sont ceux qui ont le plus recours à la vente d'artistes décédés et le nombre d'artistes français vivants qu'ils rémunèrent est le plus faible (7,5 artistes en moyenne) ; les sommes versées chaque année en moyenne par artiste demeurent peu élevées (un peu moins de 4 000 euros).

La proportion d'artistes régionaux reste conséquente (45 %). La proportion d'artistes réguliers est de 34 % et corrélée au chiffre d'affaires.

Les sociétés commerciales mixtes

Une large majorité de diffuseurs (60 %) se retrouve sous le statut de sociétés commerciales mixtes, qui partagent fréquemment leur portefeuille d'activités entre la vente d'œuvres d'artistes vivants et celle d'artistes décédés. 85 % d'entre elles (soit 51 % du total des diffuseurs d'art actuel) sont composées de structures que l'on qualifiera de « standards » (SARL et EURL) et 15 % (soit 8 % du total) par des sociétés dont l'identité juridique est l'indice d'une activité économique conséquente (SA, SAS, SNC) et que l'on peut qualifier de « confirmées ».

• Les sociétés commerciales dites « standards » constituent le modèle le plus répandu en région comme à Paris. Ce sont essentiellement des galeries (93 %), plus marginalement des antiquaires-brocanteurs (5 %) ou des éditeurs d'art (2 %). L'adoption d'un statut juridique à responsabilité limitée et la

combinaison d'artistes vivants et d'artistes décédés au sein de leur portefeuille d'activités (pour un quart d'entre elles) leur permettent d'assumer une partie du risque inhérent aux activités artistiques. En outre, le suivi régulier d'artistes leur offre une bonne assise économique. Ces structures sont celles qui, de toutes les catégories, affichent la plus grande proportion d'artistes réguliers (environ 42 %). Leur chiffre d'affaires annuel moyen s'élève à 460 600 euros, et leur ancienneté moyenne est de 14,4 ans. Elles versent en moyenne 12 000 euros à chaque artiste. Au cours d'une année, elles rémunèrent 9 à 10 artistes vivants français (9,6 en moyenne), ceux-ci résidant majoritairement dans la région (53 %).

• Les sociétés commerciales dites « confirmées », localisées à Paris pour les trois quarts d'entre elles (75 %), sont peu présentes en région (16 %). S'il s'agit essentiellement de galeries, c'est toutefois dans cette catégorie que l'on retrouve la plus grande proportion d'éditeurs d'art (5 %). Caractérisées par leur longévité (durée moyenne d'activité de 24 ans environ), ces structures bénéficient d'une assise financière solide (54 % d'entre elles déclarent un chiffre d'affaires annuel supérieur à 500 000 euros). Plus du tiers combinent dans leur portefeuille d'activités la vente d'œuvres d'artistes français vivants à celle d'artistes décédés. Cette dernière influe positivement sur le chiffre d'affaires : les sociétés dont le chiffre d'affaires est le plus faible sont celles qui se concentrent quasi exclusivement sur le travail d'artistes vivants ; *a contrario*, les diffuseurs qui valorisent le travail d'artistes vivants et d'artistes décédés réalisent un chiffre d'affaires annuel plus élevé. Le nombre d'artistes français vivants qu'elles rémunèrent est moyen (10,4 en moyenne) mais les sommes versées aux artistes sont les plus importantes de l'ensemble de l'échantillon. La proportion d'artistes régionaux est la plus forte (63 %) et celle des artistes réguliers est parmi les plus fortes également (41 %).

CONCLUSION

Le portrait type du diffuseur d'art actuel donne l'image d'une galerie âgée d'une quinzaine d'années (SARL), localisée en Île-de-France, centrée sur la valorisation d'œuvres d'artistes français vivants et qui n'intègre dans son catalogue que peu d'œuvres d'artistes disparus. Son chiffre d'affaires annuel moyen s'élève à 404 700 euros dont plus de la moitié est reversé aux artistes qu'elle représente (12 000 euros par artiste). La majorité de ces artistes vivent dans la même région qu'elle. Un peu plus du tiers des ventes d'œuvres d'artistes français vivants se concentrent sur un noyau dur constitué de un à cinq artistes fidèles.

Plus importantes en nombre et en taille économique, les structures parisiennes sont souvent plus anciennes et si l'on peut supposer que leur meilleure assise financière est pour partie liée à leur plus grande ancienneté et à leur capacité à appuyer leur activité sur un noyau d'artistes qu'elles suivent depuis longtemps et dont le marché est assuré, leur position centrale leur permet aussi d'accéder à un marché potentiel plus important, la capitale comptant plus de collectionneurs, d'institutions et d'événements. ■

13. Voir Muriel DE VRIÈSE, Bénédicte MARTIN, Corinne MELIN, Nathalie MOUREAU, Dominique SAGOT-DUVAUROUX, *Diffusion et valorisation de l'art actuel en région*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, coll. « Culture études », 2011-1, janvier 2011.

Méthodologie de l'étude

Les résultats de l'étude se fondent sur l'exploitation des données relatives aux diffuseurs d'art plastique français recensés par la Maison des artistes qui gère les contributions au régime de sécurité sociale des artistes. La part diffuseur versée à cet organisme est proportionnelle au chiffre d'affaires réalisé ou aux commissions perçues sur la vente d'œuvres d'art. Le taux est de 1 % appliqué à 30 % du prix de vente des œuvres ou, le cas échéant, du montant de la commission. La Maison des artistes comptabilise à ce jour 20 864 diffuseurs, soit 18 622 actifs au titre du 1 % dû sur les rémunérations versées à l'artiste ou aux ayants droit, et 2 242 actifs au titre de la vente d'œuvres d'art d'artistes vivants ou morts, français ou étrangers.

N'ont été retenus dans le champ de l'analyse que les diffuseurs d'art actuel qui perçoivent une commission ou achètent à des artistes vivants à fin de revente, et ce pour tout ou partie de leur activité. Il s'agit très majoritairement de galeries d'art contemporain dont l'activité est précisément d'exposer, de promouvoir et de vendre de telles œuvres mais aussi, plus marginalement, de commerces de brocantes, d'antiquités, ou encore d'éditeurs d'art, de musées ou centres d'art, à l'exclusion des sociétés de ventes volontaires (svv) et des commerces d'autres biens et services (restaurants, bars...) qui peuvent exposer et vendre de telles œuvres. Ne sont pas non plus prises en compte les associations qui ne font, par exemple, que fournir aux artistes les moyens d'exposer, à titre gratuit ou onéreux. Enfin, les galeries de photographie, ne contribuant pas au régime, ne sont pas non plus prises en compte.

Un ensemble de 516 diffuseurs d'art actuel, représentatif de leur localisation géographique (région) et de leur tranche de chiffre d'affaires déclaré en 2006, a été constitué.

Les données ont été collectées sur la base de la déclaration des diffuseurs pour 2004, 2005 et 2006.

RÉSUMÉ

L'analyse de l'activité économique des diffuseurs d'art actuel s'appuie sur les déclarations de rémunération et de ventes d'œuvres d'art d'artistes français effectuées par les diffuseurs auprès de la Maison des artistes, organisme gestionnaire des contributions au régime de sécurité sociale des artistes. L'examen du chiffre d'affaires, corrélé à la forme juridique du diffuseur, à l'ancienneté de la structure, à sa localisation géographique et aux liens entretenus avec les artistes qu'elle diffuse, permet de caractériser l'activité de diffusion et de dresser des profils distincts. L'analyse révèle également la concentration de l'activité de diffusion au sein des galeries d'art parisiennes, plus importantes en nombre et en taille économique, et la caractérise.

ABSTRACT

The analysis of contemporary art dealers' economic activity is based on statements of earnings and sales of French artists' works as declared by dealers registered with the Maison des Artistes, the organisation which manages contributions to the artists' social security system. By examining turnover and correlating it with the dealer's business type, how long they have been in existence, their geographic location and their relationships with the artists whose work they distribute, one can distinguish distribution activity and draw up distinct profiles. This analysis also gives a detailed picture of how concentrated the activity of dealing is from Parisian art galleries, which are economically larger and more numerous.

Tous les documents publiés par le DEPS sont téléchargeables sur <http://www.culture.gouv.fr/deps>

Le DEPS n'assurant pas de diffusion physique de ces documents, nous vous proposons de vous informer régulièrement des parutions par message électronique. Pour ce faire, merci de bien vouloir nous communiquer votre courriel à l'adresse contact.deps@culture.gouv.fr