

Sondage auprès des membres de CPGA 2016

Les 241 membres de CPGA ont été interrogés au cours du mois de juillet 2016 lors d'un sondage en ligne anonyme. Il y a eu 145 réponses au sondage soit un taux de réponse de 60 %.

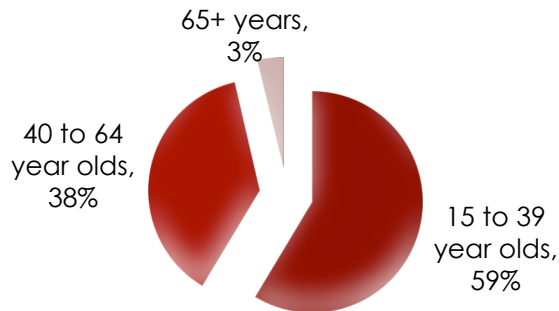
a. Profils de la galerie

- La plupart des marchands (84 %) avaient seulement une galerie, alors que 14 % en possédaient deux, et le deuxième pays dans lequel ils s'installaient le plus communément était la Belgique, suivie par les États-Unis. Les 2 % des marchands restants avaient trois galeries.
- En termes de structures d'entreprise, la majorité des marchands exerçaient leurs activités principalement dans le cadre de SARL ou sociétés à responsabilité limitée (60 %) et dans le cadre de SAS (Société par actions simplifiée) pour 17 % d'entre eux.
- 73 % des marchands étaient locataires des locaux dans lesquels se trouvaient leurs galeries, tandis que les 27 % restants étaient propriétaires de leurs espaces commerciaux.
- En moyenne, les galeries employaient cinq personnes au total.
- Contrairement à la main-d'œuvre globale en France, la répartition entre les sexes pour les marchands d'art était très favorable aux femmes, avec 63 % de femmes employées contre 37 % d'hommes dans l'ensemble. Le taux d'emploi des femmes dans la population active globale en France était de 48 % à la fin de l'année 2015.¹
- Les personnes employées avaient un profil relativement jeune, la majorité d'entre elles (59 %) était âgée entre 15 et 39 ans (contre 43 % de la population active globale). Toutefois, les marchands emploient

¹ Enquête sur la population active européenne 2016 d'Eurostat.

également une part plus importante de personnes âgées de 65 ans ou plus, celle-ci est de 3 % (contre 1 % pour l'ensemble de la population active française).

Figure 1 Tranches d'âge des marchands



- Le genre au sein des groupes d'âge diffère également, en effet les femmes composent la majorité des employés de moins de 65 ans (et 71 % des personnes âgées entre 15 et 39 ans), et seulement 26 % des personnes de plus de 65 ans.
- La majorité des marchands (73 %) travaillaient à temps plein, dont 71 % de personnes occupant des postes permanents et seulement 2 % occupant des postes contractuels à temps plein. Les 27 % restants travaillaient à temps partiel, dont 15 % de personnes occupant des postes permanents à temps partiel, et le reste des postes contractuels. Il s'agit d'un taux d'emploi à temps partiel significativement plus élevé que celui de la population active globale en France en 2015 (18 %)
- Les marchands ont rapporté que les personnes employées dans leurs galeries avaient un niveau d'étude élevé, et environ 77 % d'entre elles avaient des qualifications de troisième niveau. Ces pourcentages sont considérablement plus élevés que ceux de la population active globale française en 2015, qui comptait 39 % de personnes employées titulaires d'un diplôme universitaire (et 33 % seulement dans l'UE dans son ensemble).
- En dépit de ces niveaux élevés de formation, la plupart des marchands travaillent pour des salaires relativement bas, parmi eux 88 % gagnent un salaire annuel inférieur ou égal à de 50 000 €, et une majorité d'entre eux (55 %) ont des salaires inférieurs ou égaux à 25 000 €.

b. Le premier marché par rapport au second marché

- La majorité des répondants (56 %) ne travaillaient que sur le premier marché, 10 % étaient marchands sur le second marché et les 34 % restants travaillaient sur les deux marchés.

Les marchands du premier marché

- En moyenne, les marchands travaillant exclusivement sur le premier marché représentaient 20 artistes en 2015, dont 57 % étaient français et 43 % venaient de l'étranger.
- Les galeries avaient des relations exclusives avec un peu moins de la moitié des artistes qu'elles représentaient, et 51 % de leurs artistes étaient également représentés ailleurs. Parmi les artistes représentés exclusivement par les galeries, la majorité (73 %) était des artistes français. Cette situation est en contraste avec celle des artistes qui n'avaient pas de relation d'exclusivité avec une galerie, parmi ces artistes les Français représentent une part minoritaire (41 %).

- Pour les galeries dont les artistes étaient représentés dans d'autres pays, les autres pays ou régions où ils étaient le plus communément représentés étaient les suivants : les États-Unis, le Royaume-Uni et d'autres pays en Europe. 48 % des galeries ont déclaré que leurs artistes étaient également représentés par d'autres galeries en France. Parmi les artistes étrangers représentés par des galeries en France, les nationalités les plus répandues étaient les suivantes : américaine, allemande et britannique.

Les marchands du second marché

- En moyenne, les marchands travaillant exclusivement sur le marché secondaire représentaient 27 artistes en 2015 et en moyenne 70 % de ceux-ci étaient français et 30 % venaient de l'étranger.
- Les galeries travaillaient en exclusivité avec 39 % des artistes qu'ils représentaient, alors que 61 % de leurs artistes étaient également représentés par d'autres galeries.
- Parmi les artistes représentés exclusivement par les galeries, la majorité (73 %) étaient des artistes français. Contrairement aux marchands du premier marché, c'était aussi le cas des artistes qui étaient n'avaient pas de contrat d'exclusivité avec la galerie : la plupart d'entre eux (72 %) étaient des artistes français, et la proportion des artistes étrangers était de 28 %.
- Parmi les galeries dont les artistes étaient représentés dans d'autres pays, les autres pays dans lesquels ils étaient le plus communément représentés étaient la France, les États-Unis et le Royaume-Uni. Parmi les artistes étrangers représentés par des galeries en France, on retrouvait des artistes de nationalité américaine ainsi que des artistes allemands, belges et espagnols qui représentent une part significative de cette catégorie.

Marchands du marché primaire et secondaire

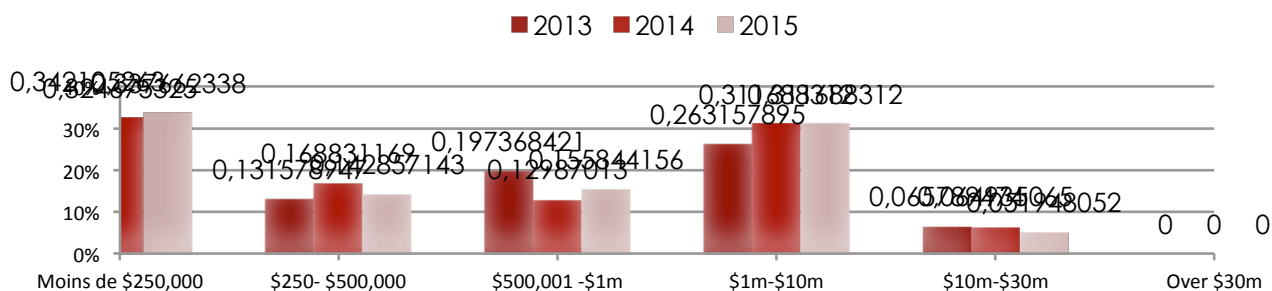
- Pour les marchands qui réalisent des ventes sur les premier et second marchés en 2015, la part moyenne des ventes réalisées sur le marché primaire était de 47 % et celle réalisée sur le marché secondaire était de 53 %.
- En moyenne, les marchands qui travaillaient sur les deux marchés représentaient 21 artistes sur le premier marché en 2015, et en moyenne parmi les artistes du premier marché, 58 % étaient Français et 42 % étaient des artistes étrangers. Les galeries avaient des relations exclusives avec 43 % des artistes du premier marché qu'ils représentaient, tandis que les 57 % restants n'avaient pas de relation d'exclusivité avec la galerie.
- Parmi les artistes représentés exclusivement par les galeries, la majorité (73 %) était des artistes français. Les artistes qui n'ont pas de contrat d'exclusivité, d'autre part, étaient à proportion égale des artistes français et étrangers.
- Parmi les galeries qui travaillaient sur les deux marchés, et dont les artistes du premier marché étaient représentés dans d'autres pays, les autres pays dans lesquels ils étaient le plus communément représentés étaient les suivants : les États-Unis et d'autres pays en Europe. 62 % des galeries ont déclaré que leurs artistes étaient également représentés par d'autres galeries en France. Parmi les artistes étrangers du premier marché représentés par des galeries travaillant sur les deux marchés en France, les nationalités les plus répandues étaient les suivantes : américaine, suisse et allemande.
- Si l'on additionne ces données aux données concernant les galeries travaillant exclusivement sur le premier marché, les faits suivants concernant **toutes les galeries exerçant leur activité sur le premier marché apparaissent:**

- Les galeries représentent en moyenne 21 artistes du premier marché.
 - 58 % de ces artistes sont français et les 42 % restants viennent de pays autre que la France.
 - Les galeries ont des contrats d'exclusivité avec 47 % de leurs artistes, tandis que 53 % n'ont pas de contrat d'exclusivité ou sont représentés ailleurs.
 - La majorité (72 %) des artistes du premier marché représentés sous contrats d'exclusivité sont français.
 - La majorité (56 %) des artistes du premier marché représentés en vertu de contrats sans exclusivité sont étrangers.
- En moyenne, les marchands qui travaillaient sur les deux marchés représentaient 14 artistes en 2015 sur le second marché, dont 58 % étaient français et 42 % venaient de l'étranger.
 - Ces galeries avaient des relations exclusives avec 21 % des artistes du second marché qu'ils représentaient, alors que 79 % d'entre eux n'avaient pas de contrat d'exclusivité et étaient également représentés ailleurs.
 - Parmi les galeries travaillant sur les deux marchés dont les artistes du second marché étaient représentés dans d'autres pays, les autres pays les plus répandus étaient les suivants : la France et les États-Unis. Parmi les artistes étrangers représentés par des galeries en France, on retrouvait des artistes de nationalité américaine, allemande, belge et espagnole.
 - Si l'on additionne les données des galeries qui travaillent sur les deux marchés à celles des galeries qui travaillent exclusivement sur le second marché, les faits suivants concernant **toutes les galeries travaillant sur le second marché apparaissent** :
 - Les galeries exerçant leur activité sur le second marché représentaient en moyenne 17 artistes du second marché.
 - 61 % de ces artistes du second marché sont français et les 39 % restants sont étrangers.
 - Les galeries travaillent en exclusivité avec 26 % de leurs artistes sur le second marché en moyenne, tandis que 74 % n'ont pas de contrat d'exclusivité et sont également représentés ailleurs.
 - La majorité (72 %) des artistes du second marché représentés en vertu de contrats d'exclusivité sont français.
 - La majorité (57 %) des artistes du second marché représentés en vertu de contrats sans exclusivité sont également français.

c. Ventes de la galerie

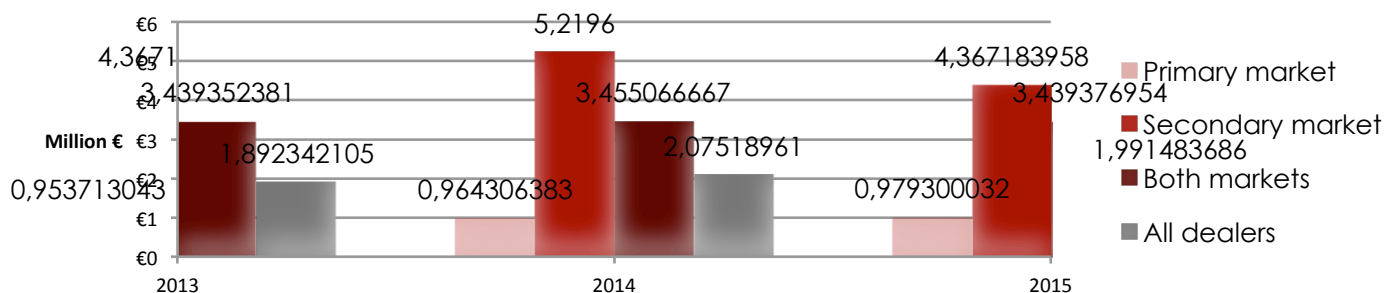
- Près de la moitié des marchands interrogés avaient un chiffre d'affaires annuel de moins de 500 000 \$ / 442 000 €, et un peu plus d'un tiers des chiffres d'affaires annuels tournaient autour de 250 000 \$, ou moins. À l'extrémité supérieure, un tiers (ou 33 %) des marchands avaient un chiffre d'affaires annuel de plus de 1 million de dollar (\$), bien que la plupart d'entre eux (26 %) avaient des chiffres d'affaires de près de 10 millions de dollars (\$). Les 7 % restants ont déclaré des chiffres d'affaires de près de 30 millions de dollars (\$), et aucun marchand ayant répondu au sondage n'avait de chiffres d'affaires supérieurs à ce montant.

Figure 2 Part des marchands par niveau de chiffre d'affaires : de 2013 à 2015



- Le chiffre d'affaires estimé pour les membres du CPGA en 2015 était de 480 millions d'euros(€)², une légère diminution (de -0,3 %) des ventes annuelles. La figure 3 indique que le chiffre d'affaires moyen le plus élevé de chaque année a été déclaré par les marchands exerçant leur activité uniquement sur le second marché. En 2015, leur chiffre d'affaires moyen a été de 4,4 millions d'euros (€), soit un niveau deux fois supérieur à celui de tous les marchands et quatre fois supérieur à celui de leurs homologues du premier marché, qui avaient en moyenne un chiffre d'affaires d'un peu moins 980 000 €.

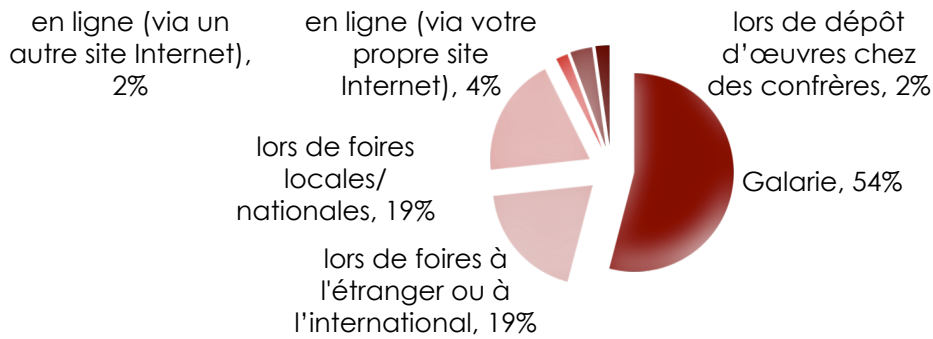
Figure 3 Estimation annuelle des chiffres d'affaires pour les marchands : de 2013 à 2015



- Un peu moins de la moitié (46 %) des marchands interrogés étaient pessimistes au sujet des ventes en 2016, 20 % d'entre eux s'attendaient à ce qu'elles soient légèrement inférieures et 26 % estimaient qu'elles subiraient une baisse significative. 21 % s'attendaient à ce que leurs ventes demeurent stables en 2015, tandis qu'un tiers pensait qu'elles pourraient augmenter (24 % espérant une légère augmentation et seulement 9 % prévoyant une hausse plus importante).
- Les marchands ont vendu environ 104 œuvres en moyenne en 2015, une baisse de seulement 2 % (106) par rapport à 2014. Cela n'a pas changé de manière significative au cours des trois dernières années. Le nombre moyen d'œuvres vendues est influencé dans une certaine mesure par le nombre relativement restreint de marchands qui vendent un grand nombre d'œuvres. La médiane est donc une mesure utile pour ce type de distributions asymétriques, et le nombre médian d'œuvres vendues en 2015 était de 88.
- Les vendeurs ont réalisé un peu plus de la moitié (54 %) de leurs ventes dans leur galerie en 2015 et 39 % à l'occasion de foires artistiques, réparties également entre les foires locales / nationales et celles ayant eu lieu à l'étranger.
- Les marchands ont participé en moyenne à quatre foires (aussi bien des foires étrangères que des foires locales).

² Cette estimation est basée sur le chiffre d'affaires moyen par galerie (1,99 million d'euro (€)) en 2015, communément appliqué à l'ensemble des galeries en 2015 (241 galeries).

Figure 4 Canaux de vente pour les marchands en 2015

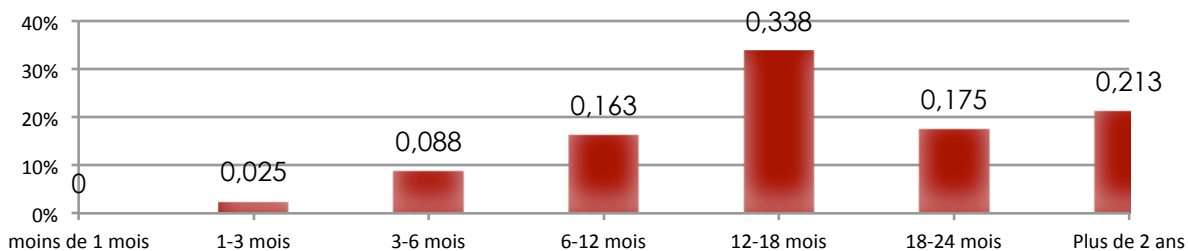


- Les marchands ont indiqué que 6 % de leurs ventes en 2015 ont été faites en ligne, dont 4 % via leurs propres sites et 2 % via la plate-forme d'un tiers. Ces chiffres varient quelque peu entre les marchés, la plus faible part des ventes en ligne revenant aux marchands du second marché (soit 2 %).
- Parmi les ventes réalisées en ligne par les marchands, 59 % ont été faites par de nouveaux acheteurs qui n'ont jamais été à la galerie ou n'ont jamais rencontré le marchand en personne, 10 % ont été faites par des acheteurs en ligne réguliers qui n'ont eu aucun contact personnel avec la galerie, et les 31 % restants ont été faites par des acheteurs actuels avec lesquels le marchand avait été en contact, mais qui ont préféré acheter à partir d'un site internet ou d'une image envoyée par message électronique.

d. Acquisitions et inventaires

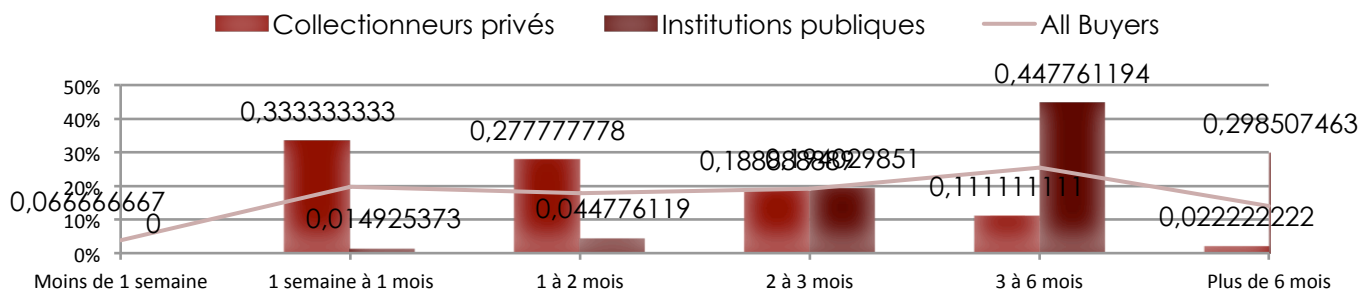
- Le montant total des acquisitions réalisées par des galeries varient considérablement, mais en moyenne il était de 2,2 millions d'euro (€) en 2015, soit une hausse de 21 % au cours de l'année. Le niveau moyen le plus élevé d'acquisitions n'a été indiqué que par les marchands exerçant leur activité sur le second marché.
- Les marchands ont indiqué qu'en moyenne, ils avaient réalisé la plus grande partie de leur chiffre d'affaires (77 %) grâce à des œuvres en dépôt, 18 % grâce à des œuvres de leurs propres stocks et 5 % grâce à des commissions.
- La durée moyenne de stockage des marchands variait, mais la durée la plus répandue pour un peu plus d'un tiers (34 %) des répondants se situait entre 12 et 18 mois.

Figure 5 Durée moyenne de stockage des marchands



- Le délai de paiement varie également entre les marchands et entre les différents types d'acheteurs. Le délai le plus répandu entre la vente et le paiement final se situe entre trois et six mois, puis entre une semaine et un mois.
- Les collectionneurs privés payaient en moyenne beaucoup plus rapidement que les institutions, et effectuaient leurs paiements dans un délai d'un mois la plupart du temps. Pour les institutions publiques, 75% ont déclaré qu'il fallait généralement plus de trois mois avant d'obtenir un paiement, et 30 % ont déclaré avoir attendu plus de six mois.

Figure 6 Délai de paiement moyen au profit des marchands



- Les réductions les plus courantes offertes aux acheteurs ont subi peu de variations, et la plupart des acheteurs, tant publics que privés ont obtenu entre 10 % et 20 % de réduction.
- La majorité des marchands (52 %) avaient un ratio d'endettement relativement faible compris entre 0 % et 5 %, mais 11 % avaient un ratio du passif à l'actif de plus de 50 %.

e. Prix

- Le prix moyen d'une œuvre d'art vendue par les marchands CPGA en 2015 était d'environ 19 150 € (avec une baisse de 2 % par an à partir de 2014). Les marchands exerçant leur activité exclusivement sur le second marché pratiquaient de loin les prix moyens les plus élevés tous les ans, avec une moyenne de 64 223 € en 2015, plus de trois fois la moyenne globale et plus de six fois celle des marchands du marché primaire (9 793 €).
- Alors que les prix varient considérablement, la fourchette de prix la plus répandue pour les ventes en 2015 se situait entre 1 000 \$ et 50 000 \$, et les marchands vendaient en moyenne 76 % de leurs œuvres dans cette fourchette de prix. Cette fourchette a aussi représenté la majeure partie de la valeur des œuvres vendues (également 76 %). Les œuvres vendues à un prix supérieur à 1 million de dollars (\$) ne représentaient que 2 % du nombre total des œuvres individuelles vendues en 2015.
- La fourchette de prix la plus répandue et la plus rentable pour les marchands en 2015, quel que soit le marché sur lequel ils exerçaient leurs activités, se situait entre 5 000 \$ et 50 000 \$. Il s'agit également de la fourchette de prix la plus répandue des cinq années précédentes.

f. Dons et expositions

- Environ 37 % des répondants ont indiqué qu'ils avaient fait un don à une institution culturelle en 2015. Le nombre d'œuvres données se situait entre un et 40, avec une moyenne de six œuvres.
- La valeur moyenne de l'ensemble des dons par galerie était d'environ 11 810 €, ce qui représente plus du double de la valeur de 2014 qui était de 5 750 €. On estime que le montant total des dons faits par

les galeries membres était de 1, 1 millions d'euros (€), et 80 % des dons sont revenus à des institutions en France.

- En moyenne, le nombre de productions ou coproductions réalisées chaque année par les galeries était de 12, dont 75 % pour leur galerie ou les foires artistiques et 25 % pour les expositions dans des institutions. La valeur de ces productions variait considérablement (avec une valeur totale moyenne de 83 470 €). La moyenne pour la galerie ou les foires d'exposition était de 41 705 € et de 72 525 € pour des expositions institutionnelles.

g. Acheteurs

- En moyenne, les marchands avaient 67 acheteurs en 2015, dont 37 % étaient de nouveaux clients, 33 % étaient des acheteurs avec lesquels la galerie faisait des affaires depuis un ou trois ans, et les 30 % restants étaient des clients depuis plus de cinq ans.
- En 2015, la plupart des ventes ont été faites au profit de collectionneurs privés, indépendamment du marché sur lequel les marchands exerçaient leur activité (avec une part de 78 %), 9 % au profit des musées et 7 % au profit des institutions privées et des entreprises. Les 6 % de vente restants ont été réalisées au profit d'autres professionnels du commerce de l'art tels que les marchands ou les salles de ventes aux enchères.
- La majorité (61 %) des ventes réalisées par les marchands en 2015 a été effectuées au profit d'acheteurs en France, ainsi qu'au profit de 21 % d'acheteurs originaires d'autres parties d'Europe et de 11 % d'acheteurs originaires des États-Unis.
- La majorité des acheteurs possèdent la nationalité française, ce qui représente 29 % des acheteurs, les acheteurs américains représentant 21 % du total et les Suisses 16 %.

e. Dépenses auxiliaires

- Les marchands ont déclaré avoir dépensé en moyenne 278 328 € pour des services auxiliaires et d'assistance en 2015 ou un total estimé pour l'ensemble des membres de 67, 1 millions d'euros (€).
- Le poste de dépenses le plus important concernait les foires artistiques, il représentait 36 % des dépenses auxiliaires totales en 2015 et en moyenne 99 082 € pour l'ensemble des marchands. Les voyages et les transports représentaient également 14 % des dépenses (ou près de 40 000 € par concessionnaire), et les frais professionnels 11 %.

f. Perspective

- Lorsqu'on leur a demandé de citer les trois défis les plus difficiles auxquels ils ont été confrontés en 2015, les marchands ont répondu le plus fréquemment : trouver de nouveaux clients et relever les défis posés par l'économie et son influence sur la demande d'art et d'antiquités.

Tableau 1 Défis auxquels seront confrontés les marchands au cours des cinq prochaines années

Rang	Défi	Part des répondants
1	Trouver de nouveaux clients	59 %
2	L'économie / la demande pour l'art et les antiquités	53 %
3	La participation à des foires	47 %
4	La concurrence avec les salles de ventes aux enchères	33 %
5	Financement de votre entreprise / dette	31 %
6	Générer de l'approvisionnement /objets de collection, œuvres d'art, artistes	20 %
7	Locaux professionnels : galerie, boutique, stockage	17 %

8	Internet et les ventes en ligne	14 %
9	La réglementation accrue du marché de l'art	13 %

