

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

Muriel de VRIÈSE, Bénédicte MARTIN, Nathalie MOUREAU, Dominique SAGOT-DUVAUROUX
janvier 2011
8 p.



Inscrite au programme Économie de la culture et de la Communication du DEPS, la présente publication est complémentaire de *Diffusion et valorisation de l'art actuel en région*, paru en janvier 2011. Les deux études, issues d'une demande de la Direction générale de la création artistique, contribuent à apporter des éléments de connaissance plus précis de l'activité de diffusion de l'art contemporain, mal cernée jusqu'alors en l'absence de code APE spécifique aux diffuseurs. L'étude a été réalisée à partir des déclarations au titre de la part employeur faites par les diffuseurs auprès de la Maison des artistes, organisme de sécurité sociale des artistes.

1. Portrait économique

Une analyse économétrique réalisée à partir de plusieurs variables significatives : forme juridique, chiffre d'affaires annuel moyen, montant des droits versés aux artistes, ancienneté de la structure, localisation géographique, nombre d'artistes diffusés et qualité des liens de diffusion (fréquence et régularité des ventes, montant annuel moyen des droits versés), permet de dresser le portrait type du diffuseur d'art actuel.

Le diffuseur type est une galerie d'art exerçant son activité depuis une quinzaine d'années, localisée en Île-de-France et réalisant un chiffre d'affaires annuel moyen de près de 400 000 euros, qu'il reverse pour près de la moitié aux artistes qu'il diffuse, dont cinq environ forment le noyau dur de son activité.

Ce portrait type établi à partir de moyennes nationales ne doit cependant pas faire oublier une caractéristique de l'activité : inégalement répartie sur le territoire, elle est concentrée à Paris (43 % de l'ensemble de l'activité nationale). Plus importantes en nombre et en taille économique, les structures parisiennes sont souvent plus anciennes ; elles s'appuient sur un réseau d'artistes qu'elles diffusent depuis longtemps et dont le marché est assuré, et leur position centrale leur permet d'accéder à un marché potentiel plus important, tant la capitale compte de collectionneurs, d'institutions et d'événements de promotion de l'art contemporain.

2. Typologie des diffuseurs d'art actuel

L'analyse économétrique a permis de caractériser l'activité des diffuseurs et de dresser une typologie économique. Trois grands types se dégagent parmi les diffuseurs : le modèle de l'association, très minoritaire (5 % des diffuseurs), celui du commerçant d'art, représentatif de près d'un tiers des diffuseurs, et celui de la société commerciale mixte, majoritaire (60 %).

Cette caractérisation économique inédite des diffuseurs fournit des outils d'analyse du marché de l'art et des relations commerciales qui s'établissent entre les artistes français vivants et ceux qui contribuent à diffuser et à valoriser leurs œuvres. Elle vient compléter et enrichir les données relatives au chiffre d'affaires des galeries d'art publiées dans *Chiffres clés, statistiques de la culture*, contribuant à une meilleure connaissance de ces acteurs aux frontières de l'art et du commerce.

