

Sommaire

SIGLES ET ABRÉVIATIONS	9
INTRODUCTION	11
1. Singularités du marché de l'art	13
Tour d'horizon économique du marché.	15
<i>Le marché fonctionne en boucle fermée</i>	17
<i>Un marché mobile mais enraciné</i>	17
<i>Un marché institutionnellement fragmenté</i>	18
<i>Un marché à risques multiples</i>	19
<i>Un marché de « spéculations »</i>	21
De petits marchés	22
<i>Les volumes d'affaires</i>	22
<i>Le marché de l'art et les industries culturelles</i>	25
<i>Entreprises et emplois</i>	26
De grands enjeux	29
<i>Un facteur d'attractivité</i>	29
<i>Des marchés prescripteurs</i>	31
<i>Des enjeux symboliques importants</i>	31
Déclin des singularités nationales et mondialisation du marché	32
<i>L'effritement relatif du marché français se poursuit</i>	33
<i>La position actuelle du marché français</i>	35
<i>Les échanges internationaux de la France</i>	40
<i>De l'internationalisation à la mondialisation</i>	43
2. Les biens et les échanges	49
Des beaux-arts aux biens culturels	49
Modes de transactions et d'échanges	51
<i>La vente de gré à gré</i>	51
<i>La vente aux enchères</i>	52
<i>Les transactions « hors marché »</i>	53
<i>Les ventes à distance</i>	54
<i>Le « courtage » électronique de biens culturels</i>	54
Structure et localisation des échanges	55
<i>Les biens échangés sur le marché international</i>	55
<i>Les échanges de l'Union européenne</i>	56
<i>Le marché intérieur français : image inversée du marché international</i>	57
<i>Géographie du marché national</i>	61
Les évolutions récentes	68

<i>L'art contemporain s'impose durablement sur le marché.</i>	68
<i>Du marché du savoir à l'économie de l'information.</i>	70
<i>Des échanges de biens aux marchés immatériels.</i>	74
3. Les principaux acteurs du marché.	75
Les opérateurs « classiques », manieurs de biens et promoteurs d'artistes.	75
<i>Marchands, brocanteurs, antiquaires.</i>	75
<i>Les réglementations applicables aux professionnels</i>	88
<i>Les galeries d'art</i>	97
<i>Les sociétés de ventes publiques et les commissaires-priseurs.</i>	112
Les acteurs du savoir et de l'information	130
<i>Sources et enjeux d'un marché de connaissances.</i>	130
<i>Du marché du savoir à celui de l'information</i>	140
<i>Les professionnels du savoir.</i>	145
<i>Marché de l'information et réseaux : mutations et enjeux.</i>	152
<i>Les conséquences d'une information asymétrique.</i>	154
4. Les autres protagonistes du marché	161
Les artistes.	161
<i>Acteurs ou spectateurs du marché?</i>	161
<i>Les relations des artistes avec le marché professionnel</i>	163
<i>L'incidence des droits de propriété intellectuelle</i>	164
Les particuliers et collectionneurs	173
<i>Les particuliers, dynamique ou plaie du marché?</i>	173
<i>Les collectionneurs</i>	175
<i>Les entreprises, une possible relève?</i>	179
L'invasion des médiateurs.	182
<i>Les organisateurs de foires, salons et déballages.</i>	182
<i>Le rôle moteur des foires</i>	184
Les nouveaux modes de consommation de l'art	186
<i>La consommation immatérielle.</i>	186
<i>Nouveaux modes de consommation de la création contemporaine.</i>	187
5. L'État et ses interventions	189
L'État, protecteur et garant du patrimoine national.	193
<i>Le droit de préemption</i>	193
<i>Le classement des objets mobiliers</i>	194
<i>Le contrôle de la circulation des biens culturels</i>	196
Le soutien à la création	203
<i>Collectionneur et promoteur de la création artistique.</i>	203
<i>L'enrichissement des collections publiques</i>	203
<i>Garantir la diversité des choix esthétiques.</i>	207
<i>Promotion de la création française</i>	208

<i>Assurer la visibilité internationale du marché français.</i>	211
<i>Les aides publiques aux artistes et opérateurs</i>	212
La promotion d'une demande nationale	215
<i>L'encouragement au mécénat d'entreprise</i>	215
<i>Élargir le mécénat aux petites entreprises et aux particuliers.</i>	217
<i>Du mécénat aux aides financières à l'acquisition</i>	218
Assurer la sécurité des transactions	219
<i>Les polices de l'art.</i>	219
<i>La régulation du marché.</i>	222
Assurer l'accès à la connaissance des biens culturels	231
CONCLUSION	233
ANNEXES	
1. Bibliographie, sources et sites internet.	235
2. Définition des biens culturels.	239
3. Décret n° 81-255 du 3 mars 1981	241
4. Le Plan de renouveau pour le marché de l'art français	243
5. Liste des tableaux et figures.	245