

ADDENDAS

Au mémoire présenté au ministère de la Culture et des Communications dans le cadre des consultations publiques pour le Renouveau de la politique culturelle du Québec

Par

L'Association des galeries d'art contemporain

Août 2016



Association des galeries d'art contemporain
372 Sainte-Catherine Ouest, #318
Montréal, Qc
www.agac.ca
514-798-5010

Rédigé par Christine Blais, MA
pour l'Association des galeries d'art contemporain
26 août 2016

TABLE DES MATIÈRES

Addenda 1

En référence à l'annexe 1 du mémoire

Résultats de l'étude menée par l'Association des galeries d'art contemporain (AGAC)
auprès de ses membres sur le marché de l'art au Québec p. 4

Addenda 2

En référence à la discussion à ce sujet lors de la défense du mémoire à Lévis le 22 juin 2016

Étude des comparatifs des mesures encourageant
le collectionnement dans d'autres pays..... p. 15

ADDENDA 1

Résultats de l'étude menée par l'Association des galeries d'art contemporain (AGAC) auprès de ses membres sur le marché de l'art au Québec

Contexte

Peu de données statistiques sont publiées à propos du marché des arts visuels vendus en galeries privées au Québec ou au Canada. Les recherches, dont la majorité sont citées et répertoriées au Mémoire, datent de plusieurs années ou n'isolent pas le marché des œuvres d'art en l'englobant dans l'économie de la culture dans son ensemble. Par ailleurs, il y a très peu de recherches indépendantes ou publiques, qui s'attardent spécifiquement au sujet de l'économie des arts visuels, ni même de données accessibles par le public.

Afin d'être en mesure de disposer d'arguments fondés pour ce mémoire, l'AGAC a mené sa propre étude afin d'obtenir de nouvelles données concernant la main d'œuvre, les revenus annuels bruts des galeries privées, leurs principaux postes de dépenses et leurs enjeux.

Méthodologie

L'ensemble des quarante trois (43) galeries d'art contemporain canadiennes membres de l'Association ont été sondées électroniquement à compter du 18 mai.

Les répondants disposaient d'une période de quatorze jours afin de répondre au questionnaire et ce, de façon anonyme. Trois galeries ont répondu au questionnaire après la date limite, mais considérant le petit échantillon, leurs réponses sont prises en compte dans le présent sommaire de recherche. Le questionnaire est joint en annexe de la présente.

Au total, vingt et une (21) galeries ont répondu au questionnaire, dont 15 répondants québécois, soit 60% de l'ensemble de ses membres de la province. Seules les réponses de ces quinze répondants seront étudiées dans le présent bilan de recherche.

Notre recherche comporte toutefois certaines limites :

1. Le nombre de sujets constituant notre échantillon, 15, limite notre analyse et ses conclusions. En effet, il s'agit d'un échantillon satisfaisant et représentatif des membres de l'AGAC (60 %) au Québec, mais ne nous permet toutefois pas de généraliser nos résultats, ni d'obtenir des résultats applicables à l'ensemble des galeries d'art au Québec. En effet, selon les Statistiques relatives à l'industrie canadienne, les données sur la performance financières des Marchands d'œuvres d'art (SCIAN 45392), dont les plus récentes données étudient l'année 2014, 986 galeries d'art auraient été répertoriées au Canada. Nous ne disposons pas des données pour le Québec seul.
2. Comme le souligne de très nombreuses recherches, études et articles à l'échelle internationale, les résultats quantifiés du marché de l'art, même au Canada, demeurent difficile à étudier dû à des facteurs tel que le manque de régulations économiques qui,

comme dans d'autres secteurs, ont le bénéfice de forcer une déclaration publique des transactions de gré à gré. En effet, bien que les galeries membres de l'AGAC doivent se soumettre à un code de déontologie assurant une bonne pratique professionnelle, l'anonymat des transactions et la confidentialité de certains renseignements demeurent des obstacles dans l'obtention de données sur le commerce de l'art, particulièrement de l'art contemporain sur le marché primaire.

3. Manque de comparatifs afin d'établir des tendances ou un historique. En effet, il s'agit de la première tentative par l'AGAC d'établir un portrait aussi exhaustif de données du marché de l'art et donc, 2015 constitue l'année de référence. Il sera souhaitable de poursuivre ces recherches chaque année afin de pouvoir établir des tendances.

Terminologie

Art contemporain de pointe	Se réfère à la création récente qui se concentre sur des avenues nouvelles et originales dans les divers champs d'activités des arts visuels, selon la définition donnée par la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC).
Artiste professionnel	Comme indiqué dans la Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature et sur leurs contrats avec les diffuseurs, l'artiste professionnel est un artiste dont la pratique de l'art constitue l'activité principale, donc qui tire un revenu soutenu de son travail de création. L'artiste crée des oeuvres pour son propre compte, possède une compétence reconnue par ses pairs dans sa discipline et voit ses oeuvres diffusées dans un contexte professionnel.
Galerias privées	Les galeries privées sont des entreprises qui visent à assurer la diffusion des artistes qu'elles représentent auprès des collectionneurs institutionnels, privés et d'entreprises. Lieux d'exposition, elles sont aussi un lieu de rencontre entre les artistes et le public dans un objectif de médiation. Leur mission principale est toutefois de vendre des oeuvres et ainsi soutenir ces artistes dans leur travail.
Foires	Événements commerciaux moteurs du marché de l'art, constituant un espace d'échange et de rencontres privilégiées pour le grand public, les amateurs d'art et les professionnels du milieu.
Membre	Pour devenir membre de l'AGAC, les galeries doivent répondre à six (6) critères stipulés dans les Statuts et règlements de l'Organisme : être une entreprise à but lucratif dont l'activité principale est le commerce de l'art contemporain de pointe; être en activité depuis au moins deux ans; compter parmi son personnel de direction un membre ayant acquis

une expérience d'au moins trois ans en administration dans une entreprise ou un organisme dont les activités sont reliées au commerce de l'art contemporain; opérer un local permanent aménagé à des fins principales d'exposition et devant être accessible au public au moins quatre jours par semaine et aux heures d'ouverture habituelle des galeries; représenter le travail d'au moins huit artistes professionnels; présenter au moins six expositions individuelles ou collectives d'artistes professionnels par an. Les candidats en lice sont soumis au vote de leurs pairs et doivent obtenir 50 % +1 d'appuis en leur faveur afin de devenir membre de l'Association.

Représentation

Activités de diffusion et de promotion des œuvres des artistes professionnels avec lesquels la galerie privée a des engagements. De bonnes pratiques impliquent qu'un contrat a été signé entre les parties à cet égard.

L'ÉTAT DU MARCHÉ DE L'ART AU QUÉBEC SELON LES MEMBRES DE L'AGAC

1. Les artistes représentés

Dans l'ensemble, les 15 galeries répondantes représentent un total de 262 artistes, avec une moyenne de 17 artistes par galerie. Ils en représentent le travail, c'est à dire qu'ils font la promotion de leur travail dans le but d'effectuer la vente de leurs œuvres.

L'ensemble des galeries collaborent avec des artistes dont le lieu de travail est à Montréal. 73,3 % des répondants représentent également des artistes travaillant ailleurs au Québec, et 66 %, des artistes oeuvrant dans le reste du Canada. 47% des répondants représentent des artistes dont le lieu de travail est aux États-Unis ou ailleurs dans le monde (figure 1).

2. Ressources humaines

Pour opérer la galerie, plus de la moitié des galeries doivent faire appel à l'aide de stagiaires ou bénévoles afin de maintenir le rythme des opérations. De façon générale, il s'agit de stages non payés (stages crédités dans le cadre de programmes scolaires), ou parfois, de candidats éligibles à des programmes de subventions. Pour la grande majorité des répondants, le propriétaire de la galerie travail à temps complet, et on compte en moyenne deux employés additionnels. Comme il sera détaillé dans la section suivante avec l'étude des postes de dépenses, les galeries semblent attribuer un pourcentage important aux salaires. Il est important de relativiser que les salaires sont extrêmement bas lorsque l'on compare le montant en dollar des dépenses et le pourcentage attribué aux salaires.

Outre les salariés, il faut rappeler que de très nombreux intervenants dépendent de la bonne santé du marché de l'art : il y a les artistes, bien sûr, et les galeristes eux-mêmes, leurs employés, les encadreurs, les transporteurs, etc.. Des centaines de personnes dont le revenu moyen, rarement calculé dans une enquête, reste le plus souvent bien en deçà du seuil de pauvreté. À cet égard, près de la moitié des galeries sondées engagent environ 10 % de leurs budgets auprès de fournisseurs du milieu culturel tel les assurances, les frais de transport des œuvres, l'encadrement des œuvres, cachets et honoraires.

Les organismes à but non lucratif tel l'AGAC comptent également parmi les salariés qui dépendent de l'état du marché de l'art – et qui en défendent véhément la place dans l'économie de la culture. D'ailleurs, les salariés de l'Association gagnent en moyenne seulement 75% du salaire moyen pour le secteur culturel au Québec, selon les données de juillet 2016 de Statistiques Canada¹.

¹Statistiques Canada, *Salaires horaires moyens des employés selon certaines caractéristiques et occupations, données non désaisonnalisées, par province (mensuel) (Québec)*, <http://www.statcan.gc.ca/tables-tableaux/sum->

3. Revenus & apport à l'économie

Les artistes qui produisent les œuvres, dont la société peut à juste titre s'enorgueillir, ne vivent ni de l'air du temps ni de la charité publique : leurs revenus proviennent soit de certaines formes de mécénat, public ou privé, soit de la vente de leurs œuvres. La meilleure façon d'améliorer les conditions socio-économiques des artistes demeure la vente de leurs œuvres.

Certains artistes réussissent à rejoindre eux-mêmes leur public et à conclure des ventes, mais nombreux sont ceux qui ne sont pas habiles dans ce rôle et préfèrent le confier à un professionnel, le galeriste.

Ainsi, selon l'étude de l'AGAC, les revenus bruts des galeries membres sondées sont assez disparates pour 2015, oscillant entre 40 000 \$ et plus de 2 million \$ (figure 2). Globalement, l'apport de ces galeries sur le marché de l'art québécois serait d'au minimum 5,5 millions \$², pour un total de près de 1 500 œuvres vendues (figure 3), principalement à des clients québécois. La vente d'œuvres d'artistes contemporains sur le marché primaire y compte pour 3,5 millions \$³.

Considérant que les galeries accordent généralement 50 % de la vente des œuvres aux créateurs, on peut estimer à 1,75 millions \$ la somme qui fut versée aux artistes représentés par ces galeries en 2015. C'est une somme considérable qui permet directement aux artistes, gagnant un revenu de la vente de leurs œuvres, de poursuivre leur création.

Les galeristes sont les défenseurs et les porte-parole des artistes qu'ils ont choisi de diffuser et en qui ils croient. Loin de s'enrichir à leurs dépens, les galeristes lient intimement leur destin à celui de leurs artistes puisque leurs revenus dépendent de la vente de leurs œuvres. Ils investissent donc temps et argent dans l'espoir d'établir le contact entre l'œuvre et le public.

Les galeries tirent en moyenne 95% de leurs revenus de la vente d'œuvres d'art (marché primaire et secondaire confondus). En effet, la majorité de notre échantillon affirme entretenir d'autres activités telles des évaluations, la location de leur espace à des fins événementielles ou encore, la location d'œuvres d'art, afin de diversifier ses sources de revenus. L'impact de ce revenu additionnel dans le chiffre d'affaires varie considérablement ; entre 3 % et 8 % pour la plupart des galeries, 10 % pour certaines ou voir même jusqu'à, 17 % pour d'autres.⁴

4. Les dépenses

Les galeristes doivent prendre des risques financiers importants afin de faire rayonner leurs artistes à l'échelle nationale et internationale. De manière générale, l'artiste et le galeriste se séparent également le produit de la vente d'œuvres, et c'est avec sa moitié que le galeriste autofinance le risque qu'il prend pour faire rayonner ses artistes ici et ailleurs... et les dépenses sont énormes.

² Deux répondants ont préféré ne pas divulguer ces données. Ainsi, l'échantillon est constitué de treize galeries.

³ Trois répondants ont souhaité ne pas divulguer cette information. La somme de 3,5 millions \$ est donc la somme des résultats fournis par douze galeries.

⁴ Seulement 16 % de notre échantillon a déclaré ne pas avoir recours à d'autres revenus que la vente d'œuvre, et trois galeries (20% de l'échantillon) n'a pas souhaité y répondre.

Donc tout d'abord, sans surprise, le principal poste budgétaire consiste en les redevances aux artistes, avec une moyenne de 38% de l'ensemble des coûts d'opération des galeries sondées (figure 4).

Ouvertes gratuitement au public, les galeries assurent également un rôle de médiation, de diffusion, et d'éducation, au même titre que les musées et centres d'artistes, mais sans pour autant en tirer aucun revenu. En effet, maintenir la galerie ouverte au public constitue tant qu'à elle plus du tiers l'ensemble de la dépense, soit 21 % pour les salaires et 19 % pour les loyer et maintenance du bâtiment⁵.

Quant à la diffusion de leurs artistes, les galeries ont consacré en moyenne 7 % de leur budget à la promotion et aux communications en 2015. Les foires sont des événements phares du marché à l'échelle nationale autant qu'internationale et qui permettent aux galeries d'atteindre un vaste public de connaisseurs et d'amateurs en quelques jours et d'y faire rayonner leurs artistes, en plus de conclure certaines ventes. Un seul répondant n'avait participé à aucune foire dans l'année 2015, démontrant l'importance de ces événements, souvent hors de la province d'opération de la galerie. La grande majorité des galeries y ont consacré entre 5 % et 40 % de leurs dépenses, avec une médiane à 14 %. La grande majorité des galeries affirment que leur participation aux foires a contribué à moins de 25 % de leur chiffre d'affaires (figure 6).

C'est d'ailleurs par le biais des foires que nombre d'achats sur la scène internationale peuvent avoir lieu, et selon les galeries, le nombre d'exportations est en constante progression, ce qui est un signe encourageant.

6. Résultats & le marché

Dans l'ensemble, 43 % des répondants affirment ne pas avoir réalisé de profit en 2015 (figure 5). Il s'agit de chiffres inquiétants qui démontrent la fragilité du milieu de l'art, assujéti aux fluctuations du marché financier et à la confiance des investisseurs.

Toutefois, 67 % des répondants affirment que leur chiffre d'affaires était meilleur en 2015 qu'en 2014, et 20 %, que leur revenu est stable (figure 6). Ainsi, bien que les revenus sont parfois maigres, et les profits pour bien des répondants étaient inexistantes, les marchands semblent optimistes vis à vis le marché et l'émergence de nouveaux collectionneurs.

Dans l'ensemble, les galeries répondantes affirment que le marché de l'art est difficile, à faible croissance, voire précaire. D'une part, la réduction des acquisitions par les institutions et entreprises au cours des dernières années a affecté nombre d'entre elles, et d'autre part, le contexte économique défavorable et l'incertitude créée par les mesures d'austérité depuis quelques années, ont grandement affecté l'engagement des collectionneurs établis.

Certes, il est possible de constater une amélioration du climat économique général, mais parallèlement, la reprise du marché de l'art est lente. Pour preuve, de nombreuses entreprises diminuent leurs rythmes et budget d'acquisitions, et les institutions muséales subissent des compressions budgétaires toujours plus importantes, engendrant une réduction des achats bien visible auprès des galeristes (figure 9).

⁵ Six des répondants attribuent entre 25 % et 50 % de leurs dépenses au paiement du loyer, alors que cinq d'entre eux y attribuent entre 0 et 8 %.

Considérant l'instabilité des revenus de ces entrepreneurs culturels, alors que les dépenses fixes occupent un pourcentage considérable des dépenses (loyers, salaires, commission des artistes), nombreuses galeries se reposent sur l'obtention de subventions afin de mener à bien certains projets, expositions ou événements (foires). En effet, pour 53 % des répondants, les subventions jouent un rôle important et permettent à la galerie de réaliser certaines activités, voir même que les subventions sont cruciales au fonctionnement de la galerie.

7. Clientèles

Des études datant de quelques années déjà démontreraient que l'engagement des Québécois envers le marché de l'art était en expansion : 7,4 % des Québécois avaient acquis une œuvre pendant l'année 2004ⁱ, alors que ce nombre passait à 11,6 % en 2009ⁱⁱ.

Selon les observations des galeries, il semble en effet que cette tendance se soit maintenue. Selon les répondants, il est plus facile qu'avant de développer des relations d'affaires avec de nouveaux clients (fig. 9), et d'ailleurs, 57 % des galeries affirment que 80 % à 100 % de leurs ventes sont effectuées à des particuliers.

Toutefois, les clientèles essentielles la vitalité du marché de l'art sont les institutions muséales et les entreprises. Ces clientèles collectionnent toutefois de moins en moins comme l'indique les récentes études de l'Observatoire de la Culture et des Communications. C'est également l'observation qu'en fait de plus en plus de galeries : seul 5 répondants affirment reposer leurs ventes à hauteur de 35 % à 65 % sur les entreprises, et 40 % des membres ayant répondu au sondage n'ont pas effectué de vente à des institutions dans l'année 2015.

Conclusion

En somme, le gouvernement a beaucoup investi pour favoriser la création et cela constitue, dans le renouvellement de la politique culturelle, encore une priorité. L'appui octroyé aux entrepreneurs culturels (et associations) est essentiel au maintien de leurs activités. Il lui reste toutefois à favoriser la diffusion de ces œuvres auprès du public. Les statistiques ci-haut démontrent la précarité du marché de l'art contemporain sur le marché primaire.

Selon l'AGAC et ses membres, le soutien du Ministère devrait donc inclure aussi le soutien à la diffusion et à la commercialisation des œuvres. Ainsi, c'est la demande qui est également soutenue, et non seulement l'offre. Nous recommandons donc que le ministère oriente ses efforts d'intervention gouvernemental afin de mettre de l'avant une meilleure prise en compte de la demande. Sensibiliser la population aux bénéfices de la consommation culturelle afin d'en démocratiser l'accès peut être l'une des avenues, tel que créer des incitatifs aux particuliers afin de les encourager à acquérir les œuvres d'artistes d'ici. Le maintien des mesures fiscales auprès des entreprises, de même que les budgets d'acquisition pour les institutions, sont également vitaux pour les galeries car ils constituent une part importante de leurs revenus de vente qui est malheureusement en déclin.

LISTE DES FIGURES

Fig. 1

Dans quelle ville ou région travaillent vos artistes ?

Montréal
Montréal, Ailleurs au Québec
Montréal, Ailleurs au Québec
Montréal, Ailleurs au Québec, Ailleurs au Canada
Montréal, Ailleurs au Québec, Ailleurs au Canada
Montréal, Ailleurs au Québec, Ailleurs au Canada, Ailleurs dans le monde
Montréal, Ailleurs au Québec, Ailleurs au Canada, Aux États-Unis
Montréal, Ailleurs au Québec, Ailleurs au Canada, Aux États-Unis, Ailleurs dans le monde
Montréal, Ailleurs au Québec, Ailleurs au Canada, Aux États-Unis, Ailleurs dans le monde
Montréal, Ailleurs au Québec, Ailleurs au Canada, Aux États-Unis, Ailleurs dans le monde
Montréal, Ailleurs au Québec, Ailleurs au Canada, Aux États-Unis, Ailleurs dans le monde
Montréal, Ailleurs au Québec, Toronto, Ailleurs au Canada, Aux États-Unis
Montréal, Ailleurs au Canada
Montréal, Ailleurs au Canada, Aux États-Unis, Ailleurs dans le monde
Montréal, Ailleurs dans le monde

Fig. 2

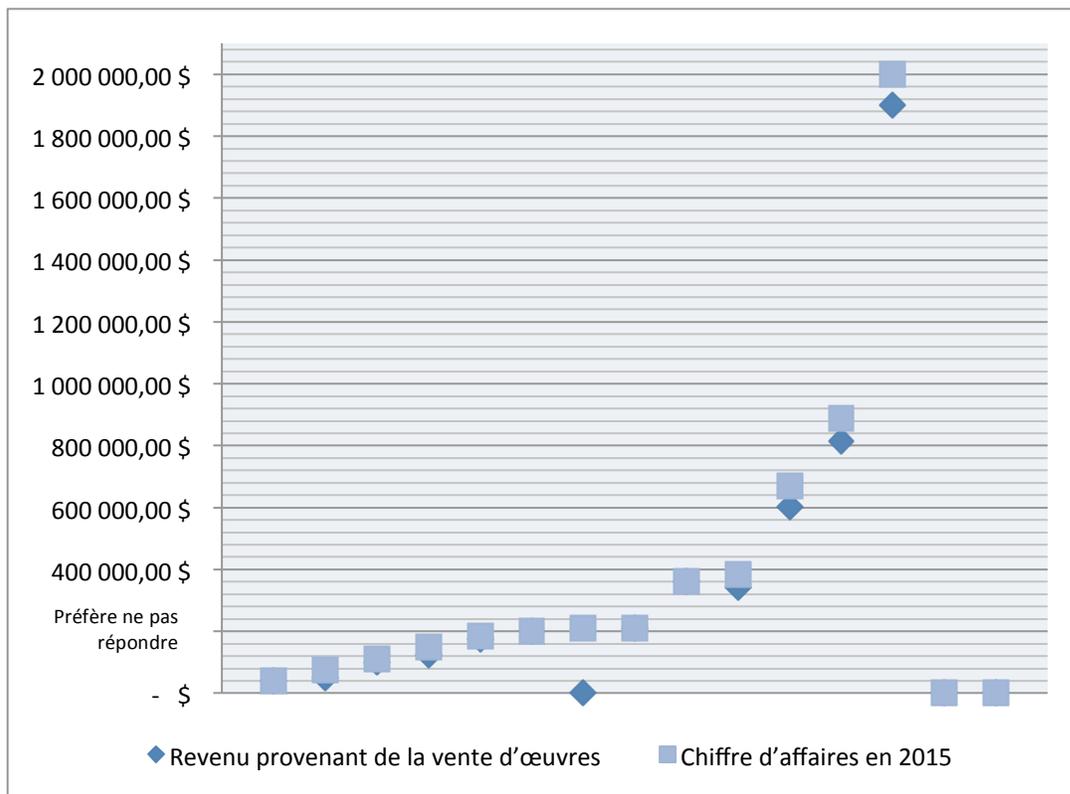


Fig. 3

Considérant l'année 2015, combien d'œuvres ont été vendues ?

Dans la province où opère la galerie*	Dans le reste du Canada*	À l'étranger**
900	269	276

*Préfère ne pas répondre : 2

** Préfère ne pas répondre : 3

Fig. 5

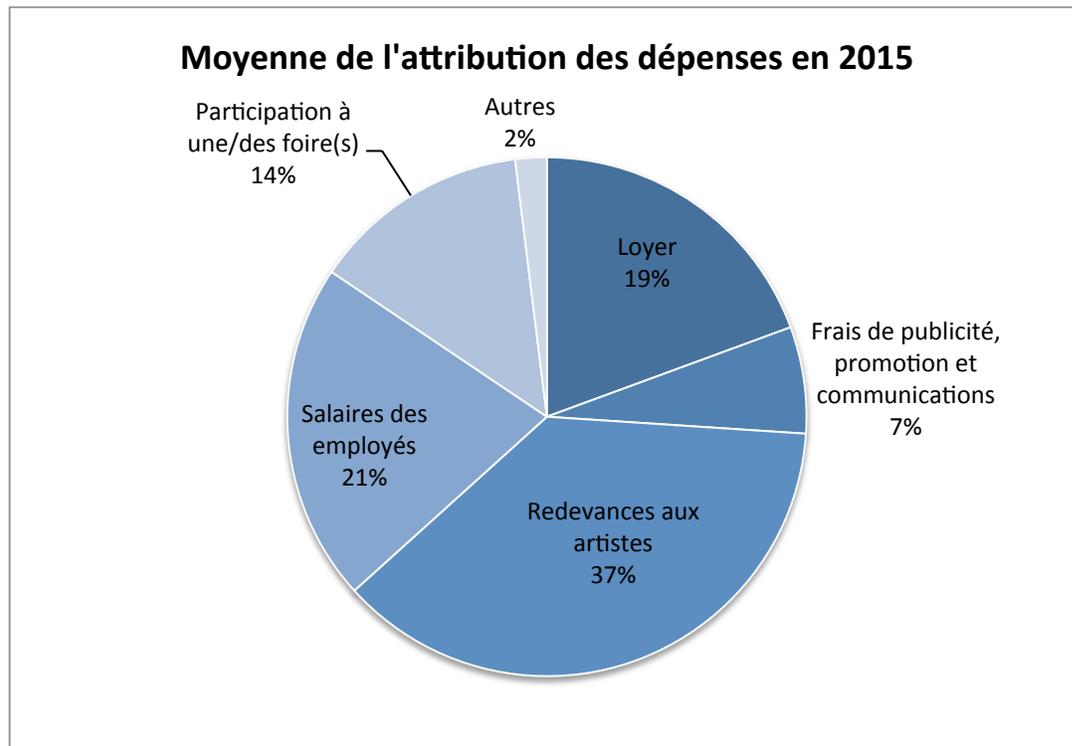


Fig. 6

En quelle proportion la participation aux foires a-t-elle contribué au chiffre d'affaire en 2015

Apport au chiffre d'affaires	Nombre de répondants
Zéro	0
Moins de 25%	10
Entre 50 et 75%	4
Plus de 75 %	0
Préfère ne pas répondre	1

Fig. 7

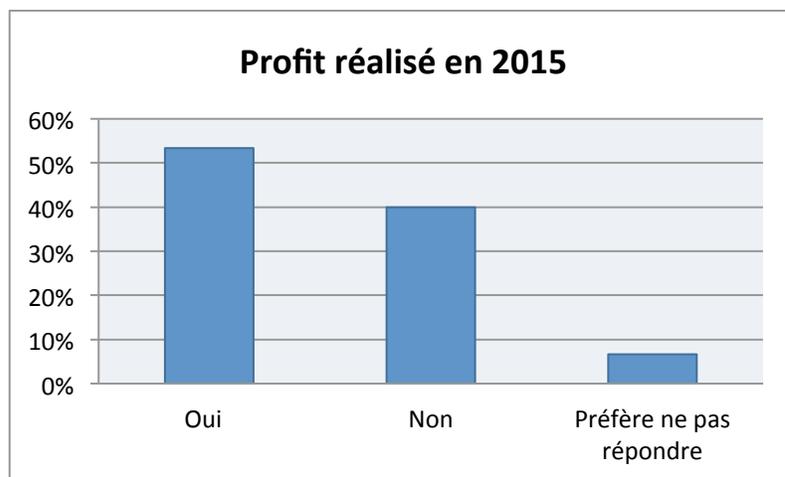


Fig. 8

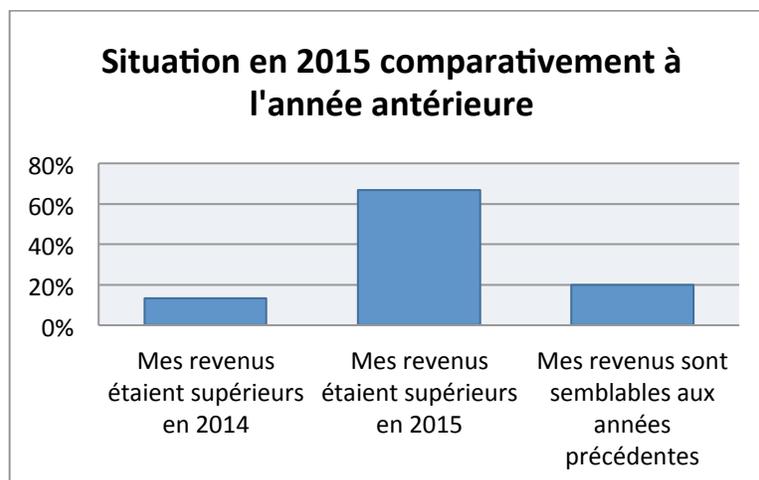
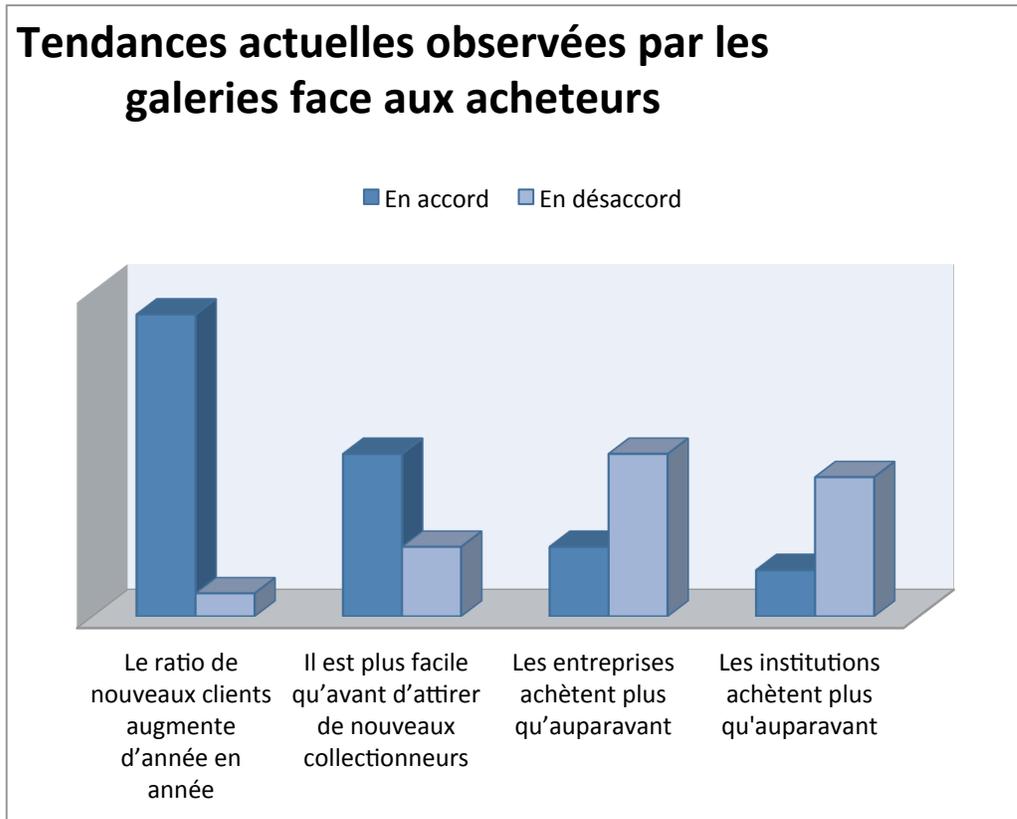


Fig. 9



ADDENDA 2

Étude des comparatifs des mesures encourageant le collectionnement dans d'autres pays

Mise en contexte

Comme détaillé dans le mémoire soumis dans le cadre de la réflexion entourant une nouvelle politique culturelle, de même que lors de sa défense le 22 juin dernier, il est essentiel de poursuivre le travail de démocratisation de l'art contemporain à l'échelle nationale, mais aussi, de stimuler la demande pour l'art contemporain, c'est-à-dire, cultiver le geste de consommer de la culture et d'acquisition de l'art chez les nouvelles générations; un travail qu'un artiste seul ou même qu'une galerie seule ne peut accomplir. L'AGAC considère que de nombreuses mesures pourraient être instaurées afin d'inciter les citoyens à acquérir les œuvres produites localement et distribuées auprès de fournisseurs professionnels (galeries d'art reconnues par des associations professionnelles par exemple).

Le Québec et le Canada disposent déjà d'une mesure fiscale d'amortissement des œuvres d'art québécois et canadien à l'achat par des entreprises, laquelle nous espérons, sera maintenue. En effet, il s'agit de l'unique mesure fiscale visant à stimuler le marché de l'art et qui se voit menacée par le rapport Godbout. Essentielle au marché de l'art, elle encourage les entreprises à investir concrètement en arts visuels. D'ailleurs, selon les plus récentes statistiques de l'OCCQ, en 2013-2014, les institutions muséales, les principales entreprises collectionneuses et les six plus grandes municipalités du Québec ont acheté pour 16,2 M\$ d'œuvres d'art (excluant les 1%), ce qui est supérieur à la dépense annuelle moyenne des cinq dernières années (8,5 M\$). Malheureusement, toujours selon la même étude, les achats d'œuvres d'artistes du Québec constituent seulement 23% des 16,2 M\$ investis. Par le passé, l'Observatoire avait constaté que la majeure partie de la dépense en œuvres d'art était faite auprès de fournisseurs établis au Québec. Or, depuis 2012, on remarque que ce n'est plus le cas : la proportion des dépenses faites au Québec descend autour de 30%, ce qui est nettement inférieur à la proportion observée antérieurement (à titre d'exemples, 73 % en 2010-2011 ou 59% en 2011-2012).

Pour ce faire, tel que décrit dans les recommandations du mémoire, et comme il se fait dans de nombreux pays, nous recommandons de mettre sur pied certains incitatifs à titre de levier, tel que :

- / réduction des taxes de vente pour les produits des artistes contemporains – au même titre que le livre;
- / avantages fiscaux aux individus, telle que celle déjà offerte aux entreprises.

Ainsi, afin de renforcer la demande et créer des incitatifs aux particuliers qui les encouragent à acquérir les œuvres d'artistes d'ici, le soutien moral et financier du Ministère sera essentiel à l'implantation et au succès de telles mesures, de même que le soutien d'Associations professionnelles telles l'AGAC afin d'appuyer le Ministère dans la gestion de ces mesures une fois implantées.

Méthodologie

Le présent addenda vise à rassembler un éventail des mesures fiscales offertes dans d'autres pays qui visent à encourager l'achat d'œuvres d'art par des particuliers.

Nous avons retracé les mesures existantes chez les principaux acteurs du marché de l'art, soit les États-Unis, la France et l'Angleterre, de même que dans certains autres pays de l'Union Européenne et de l'Amérique.

Notre recherche comporte toutefois certaines limites :

1. Cette étude ne prétend pas être exhaustive des mesures existantes à l'international, mais regroupe un nombre de comparables que nous jugeons suffisant afin que le Ministère soit en mesure de s'en inspirer.
2. La présente section n'inclus pas les mesures fiscales aux entreprises car le Québec et le Canada font déjà preuve de pro-activité dans ce secteur en comptant une mesure avantageuse aux entreprises, laquelle, comme décrite précédemment de même que dans le Mémoire, nous espérons, sera maintenue.
3. Nous avons exclus de nos recherches les mesures fiscales touchant la philanthropie et le mécénat.

En terminant, nous recommandons qu'une étude plus approfondie soit faite afin d'évaluer les impacts économiques de l'implantation des nouvelles mesures fiscales proposées (réduction ou exemption de la TVQ). Cette étude devrait être menée par des experts en ce domaine.

Peut-être également considérer évaluer l'impact de mesures fiscales sur la transparence du marché. Nous estimons que des mesures qui impliqueraient la divulgation des œuvres acquises par un particulier sur le marché primaire tant que secondaire dans sa déclaration de revenus auraient un impact très positif en permettant au ministère du Revenu et de la Culture, de même qu'aux chercheurs, d'obtenir des données qui ne sont pas disponibles autrement. Cela favoriserait l'avancement des connaissances et de la recherche sur la santé du marché de l'art et de tous ses joueurs (artistes, marchands, fournisseurs, etc.), de mieux connaître les habitudes de consommation des contribuables, et mesurer l'impact économique du marché de l'art, rarement isolé parmi les données de la culture.

LE MARCHÉ DE L'ART & LES MESURES FISCALES AUX PARTICULIERS À L'INTERNATIONAL

1. En Europe

Selon un communiqué de la Commission Européenne datant de mai 1985, la Commission a aurait alors « approuvé un projet de résolution du Conseil et des Ministres responsables des Affaires Culturelles réunis au sein du Conseil concernant l'adoption de mesures fiscales dans le secteur culturel.⁶ » Les mesures adoptées concernaient l'étalement du revenu pour les travailleurs culturels, des mesures avantageuses visant à stimuler le mécénat et les organismes de bienfaisance du secteur culturel, mettre en place un système de dation pour les successions leur permettant de régler leur dû au moyen d'œuvres d'art, des mesures pour la préservation du patrimoine bâti, et des recommandations afin de stimuler le collectionnement auprès des entreprises et particuliers par le biais de taxes réduites : « pour ce qui est de l'élargissement au public: application de taux de taxe sur la valeur ajoutée ou d'autres taxes aptes à ne pas dissuader la consommation des biens et services culturels. »

Dans la suite des choses, chaque État s'est plutôt doté de ses politiques culturelles et mesures fiscales, représentatives de leurs propres particularités et préoccupations.

Aujourd'hui, une récente étude d'Ernst & Young sur la disparité des politiques culturelles à travers l'Union Européenne, publiée en 2016 dans le cadre du Forum d'Avignon, permet de constater que le marché de l'art est le secteur le plus encouragé par les politiques culturelles de la majorité des pays de l'UE (fig 1)⁷.

Plusieurs des mesures qui ont été mises en place dans les pays européens et seront détaillées ci-dessous.

Fig. 1



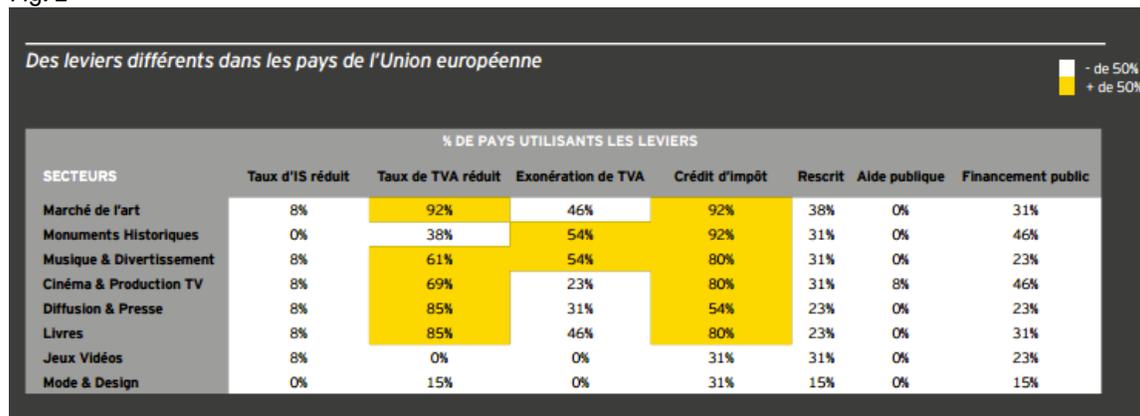
a. Réduction de la TVA sur l'achat d'œuvres d'art

Selon l'étude récente d'Ernst & Young évoquée ci-haut, de nombreux pays de l'UE ont mis en place des leviers avantageux afin d'inciter l'achat des œuvres d'art et antiquités – au même titre que nous le faisons au Québec pour le livre et les publications. 92 % des pays utilisent la réduction de la TVA (taxe sur la valeur ajoutée, c'est à dire, un impôt sur la consommation), et même voir, son exonération pour 46 % des répondants à leur étude (fig. 2).

⁶ Commission européenne, *Mesures fiscales dans le secteur culturel*, Communiqué, 01/05/1985, http://europa.eu/rapid/press-release_P-85-33_fr.htm

⁷ Sous la direction de Jean-Pierre Lieb, Eric Verron, Nicolas Genestier, *Culture et fiscalité en Europe: de la cacophonie à l'harmonie conquérante*, 2016, p. 19

Fig. 2



Selon un rapport sur les taux de la TVA appliquée dans les États membres de l'Union européenne, rédigée pour la Commission Européenne en 2016, l'Irlande et le Portugal ont instauré des « taux parking » pour l'achat d'œuvres d'art respectivement de 13,5% et 6%, la TVA normale étant de 23 % dans chacun de ces deux pays. La Chypre a quant à elle un taux réduit fixe pour les œuvres d'art et antiquité de 5 %, plutôt que 19 % au taux normal⁸.

Ceci dit, la question des taux de taxes pour les œuvres d'art à travers l'Union Européenne n'est pas des plus simples à vulgariser. En effet, la VAT est propre à chaque pays et plusieurs nuances peuvent s'appliquer. Par exemple, dans le cas du marché secondaire, la VAT ne serait calculée que sur la marge de profit entre l'achat initial et le prix de revente; un taux différent s'appliquerait lorsqu'un artiste lui-même vend son œuvre, un taux s'applique lors de la vente par des galeries et marchands, et un autre est applicable sur l'importation et l'exportation⁹. Plus concrètement, si l'on étudie le système de taxation des œuvres d'art en France, lors de la revente d'une œuvre par un marchand d'art, un taux de 20 % est applicable sur la marge réalisée. Cependant, lorsqu'un artiste vend son œuvre, la TVA serait de 5,5 %¹⁰. Une étude plus approfondie par des experts en ce domaine serait nécessaire afin d'aller en profondeur sur le sujet.

Toutefois, la recherche de la Commission européenne a révélé plus clairement que la majorité des pays de l'UE ont un taux réduit de la taxe pour l'importation des biens culturels. La TVA à l'importation s'appliquerait en sus de la TVA applicable au taux normal lors de la revente des œuvres¹¹. À titre d'exemple, certains pays disposent de taux très bas, tel l'Angleterre ou la France,

⁸ Commission européenne, *Taux de TVA appliquée dans les États membres de l'Union Européenne, Situation au 1^{er} janvier 2016*, Taxud.c.1(2016) – FR, tableau VI, page 14, http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_fr.pdf

⁹ Elizabeth R. Lash, « The European VAT: Good for Tax Revenue, Bad for the Commercial Art Market? », *Center for Art Law*, 4 mars 2015, https://itsartlaw.com/2015/03/04/el_vat/

¹⁰ Direction de l'information légale et administrative, « Taux de TVA dans le secteur culturel », *Service-public-pro.fr – le site officiel de l'administration française*, 21 juin 2016, <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F20781>

¹¹ Georges-Philippe Valois, Guillaume Cerutti, Franck Prazan, *Rapport sur les risques induits par une nouvelle augmentation du taux de la TVA à l'importation sur les œuvres d'art*, France, 2014, page 7

dont le taux de taxes à l'importation sont respectivement de 5 % et 5,5%. Ces pays sont perçus comme beaucoup plus compétitifs sur le marché secondaire (revente) par les acheteurs, que d'autres pays dont cette taxe peut aller jusqu'à 27 %. Compte tenu que le Québec ne dispose pas d'une telle taxe à l'importation, nous n'analyserons pas en détail cette mesure, cependant il était important d'en souligner l'existence et de mentionner qu'une telle taxe est à double tranchant : certes elle a pour effet de stimuler les achats pour des artistes locaux en limitant en quelque sorte les importations, mais il faut savoir que le marché secondaire (par le biais des maisons de vente aux enchères par exemple), constitue une part très importante de l'économie des arts visuels dans de nombreux des pays, particulièrement les grands centres tel que les États-Unis, l'Angleterre, la Chine, et la France. En ce sens, afin de conserver le dynamisme de l'économie des arts, il est essentiel de maintenir un bas taux de taxation, sans quoi cela pourrait avoir un impact dévastateur sur l'économie des arts et au final, résulter en une baisse des recettes fiscales. Ces arguments ont d'ailleurs été soulignés par plusieurs experts lorsque la France considéra faire passer cette taxe de 5 % à 10 % il y a quelques années¹². Nous ne recommanderions donc pas que cette mesure soit implantée au Québec ni au Canada compte tenu de la fragilité du marché de l'art.

b. Défisicalisation

Afin d'encourager le collectionnement et la préservation du patrimoine culturel national chez les particuliers, la France a mis sur pied une mesure avantageuse dans le Code général des impôts, la défiscalisation, c'est à dire que l'acquisition d'œuvres d'art sont exonérées de l'impôt de solidarité sur la fortune (ISF). Le patrimoine artistique détenu par un particulier n'est pas soumis à l'ISF et les sommes consacrées à l'acquisition des oeuvres d'art sont totalement exclues de l'assiette imposable.

L'exonération totale d'ISF concerne notamment :

« Les objets d'antiquité de plus de 100 ans d'âge, les objets d'arts ou de collection. Précisions : la qualification d'objet de collection peut notamment résulter de l'importance du prix de l'objet concerné, qui doit être sensiblement supérieur à la valeur d'un bien similaire destiné à un usage courant. Ainsi, des objets de moins de cent ans d'âge qui de fait ne peuvent pas être qualifiés d'objets d'antiquité, mais qui présentent cependant un réel intérêt artistique ou culturel et sont valorisés comme tels sur le marché de l'art peuvent bénéficier de l'exonération.¹³»

Certes, cette mesure ne touche que la tranche la plus fortunée car l'ISF est chargée à toute personne physique dont le patrimoine net taxable a une valeur en France (et hors de France pour les citoyens français) supérieure à 1,3 million d'euros. Toutefois, l'exemption des œuvres d'art et antiquités à l'ISF est une mesure incitative au marché de l'art auprès de cette clientèle privilégiée, qui est d'ailleurs plus encline à investir des sommes importantes en achat d'œuvres d'art.

¹² Jacques Fingerhaut, « Impact économique et culturel d'une augmentation de la TVA à l'importation des œuvres d'art », dans Georges-Philippe Valois, Guillaume Cerutti, Franck Prazan, *Rapport sur les risques induits par une nouvelle augmentation du taux de la TVA à l'importation sur les œuvres d'art*, France, 2014, pp. 11 à 27.

¹³ Direction générale des finances publiques, *L'impôt de solidarité sur la fortune*, « Les autres biens exonérés », www.impôts.gouv.fr

c. Un programme public de financement à crédit pour l'acquisition d'œuvres d'art

Selon une étude effectuée pour le Parlement Européen en 2006, le gouvernement des Pays-Bas aurait choisi de stimuler l'acquisition d'œuvres d'art par les particuliers grâce à une mesure financière qui permet aux contribuables d'obtenir des taux d'intérêts très bas pour l'acquisition d'œuvres d'art¹⁴.

Un article de la BBC évoquait également que la France étudiait la possibilité d'offrir des prêts sans intérêts jusqu'à 10 000 d'euros pour l'achat d'œuvres d'art¹⁵, mesure envisagée afin de redynamiser le marché, qui est en baisse suite à la montée de la Chine sur le marché de l'art¹⁶ et à la récession.

Extrêmement positif pour l'économie, ce type de mesure permet aux particuliers de pouvoir acquérir une œuvre d'un artiste contemporain qui lui aurait été autrement inaccessible et ainsi, stimuler l'investissement par les particuliers en culture.

D'ailleurs, le Royaume-Uni dispose depuis 12 ans d'un programme de financement à l'acquisition bien établi, Own Art. Ce programme est une initiative du Conseil des arts de l'Angleterre, et est gérée par un organisme tiers, Creative United. Il est supporté par du financement public issu de l'enveloppe du Lottery Fund, du Arts Council of England, de Creative Scotland et le Arts Council of Northern Ireland. Own Art permet aux citoyens de se procurer des œuvres d'artistes contemporains de pointe, notamment en galerie et de la financer sans intérêts en effectuant des paiements périodiques sur un étalement maximal de dix mois. Les œuvres doivent être acquises auprès de fournisseurs reconnus.

Depuis la mise en place de Own Art en 2004, plus de 28.5 million £ ont été acquis en œuvres d'art à travers ce programme par plus 35 000 individus. Quatre clients sur cinq affirment que sans le prêt à 0% d'intérêts et la possibilité d'étalement du paiement, ils n'auraient pas été en mesure de faire l'achat d'une œuvre¹⁷.

C'est d'ailleurs ce modèle qui inspira le gouvernement d'Australie qui a lancé, en avril 2015, Art Money, un programme de soutien à l'acquisition d'œuvres d'art. Art Money offre des prêts de 750 \$ à 20 000 \$ pour l'achat d'œuvres. Lorsqu'un 10 % de dépôt a été payé à la galerie au moment de la transaction initiale, les acheteurs emportent leur nouvelle acquisition à la maison et peuvent payer la balance sur une période de 9 mois sans intérêts, rendant ainsi l'achat d'œuvres plus accessible.

Il s'agit d'une mesure extrêmement positive pour l'économie des arts visuels puisqu'elle encourage le développement de l'acquisition d'œuvres d'artistes nationaux par de nouveaux clients qui n'auraient pu se commettre à un tel achat en un seul versement. Par ailleurs, il est important de noter que c'est le subventionneur du programme, donc le Conseil des arts, qui paie sur le champ la galerie pour le montant total de la vente de l'œuvre; le client remboursant le subventionneur sur la période entendue. Cette mécanique constitue un aspect fondamental

¹⁴ Constanze Itzel (sous la direction de), « Financing the Arts and Culture in the European Union / Study », Directorate General Internal Policies of the Union, European Parliament, IP/B/CULT/ST/2005_104, PE 375.309, novembre 2006, p.44

¹⁵ BBC, « France plans loans for art buyers », 3 April 2008, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/7328012.stm>

¹⁶ À noter toutefois que nous n'avons trouvé aucune preuve que cela fut mis en application.

¹⁷ Own Art, « Our Art News », 24 avril 2015, <http://ownart.org.uk/news/details/own-art-goes-global/>

de cette mesure d'aide au marché de l'art; il est possible de payer en versement chez certaines galeries, même au Québec, cependant, sans un programme comme Own Art ou Art Money, ce sont les galeries qui doivent autofinancer le risque et les dépenses associées à un paiement périodique. En effet, une fois l'œuvre chez le collectionneur, même si la galerie n'a pas encore touché la somme complète, elle doit tout de même payer la part à l'artiste (généralement 50 %), régler ses comptes auprès des fournisseurs qui ont eu à intervenir dans l'œuvre (encadreurs, transporteurs, etc.), et assumer tous les autres frais d'opération.

Il s'agit donc d'un programme qui bénéficie tant aux galeries, aux artistes qu'au marché en général. Ce type de programme implanté au Québec pourrait être géré par un subventionneur, ou même une Association telle que l'AGAC, dont la mission est de stimuler le marché de l'art et qui agit déjà auprès d'un bassin de galeries reconnues.

2. Aux États-Unis

Aux États-Unis deux mesures incitatives à l'investissement des particuliers sur le marché de l'art ont retenu notre attention : l'une fédérale, l'autre étant une initiative d'un État, le Rhode Island.

a. Les produits culturels exempt de taxe au Rhode Island

Depuis 1998, le Rhode Island possède des mesures fiscales avantageuses pour les entrepreneurs culturels oeuvrant dans certains quartiers ciblés. En effet, des « districts culturels » ont été établis dans certaines villes, et les œuvres vendues y sont exemptées de taxes de vente. Cette mesure a démontré de nombreux bénéfices pour ces villes de même que pour l'État, comme l'indique cet extrait de procès verbal lors d'une rencontre de l'Assemblée générale du Rhode Island : « There is value in expanding the arts district program statewide, providing incentives for the sale and purchase of art. This is a unique opportunity for Rhode Island to shape history, and gain an advantage over other states, by becoming the first-and-only state in the country to declare a statewide sales tax exemption on art. This will strengthen Rhode Island's identity as an arts-friendly destination and State of the Arts ¹⁸».

En février 2013, suite à des consultations sur la place de la culture dans le développement économique du Rhode Island et grâce au succès de la mesure établie localement en 1998, le Gouverneur Lincoln Chafee signa un projet de loi afin que les produits culturels sur l'ensemble du territoire soient exempt de taxes. Cet État est alors devenu le premier à permettre une telle mesure, et la campagne « Making Rhode Island a destination for the arts » fut mise sur pied¹⁹. Des critères spécifiques ont été établis, lesquels sont détaillés sur la page web du Conseil des arts du Rhode Island.

¹⁸ Assemblée générale du Rhode Island, « CHAPTER 44-18, Sales and Use Taxes – Liability and Computation », § 44-18-30.B Exemption from sales tax for sales by writers, composers, artists – Findings », <http://webserver.rilin.state.ri.us/Statutes/TITLE44/44-18/44-18-30.B.HTM>

¹⁹ State of Rhode Island Council on the Arts, *Buy Art Exempt from State Sales Tax in Rhode Island*, <http://www.arts.ri.gov/projects/salestax/>

La Louisiane aurait instauré un programme similaire en 2008 où l'art est exempt dans certains districts²⁰. Cette mesure vise également à appuyer la revitalisation de certains quartiers en déclin et d'offrir du soutien et des espaces abordables aux entrepreneurs culturels et artistes²¹.

b. Éviter la taxe sur le gain en capital en réinvestissant en culture

Appelée « Like-Kind Exchange » ou « 1031 », cette mesure fédérale américaine permet aux investisseurs de repousser le paiement de la taxe sur le gain en capital lors de la vente d'un bien – incluant les œuvres d'art – de 180 jours suivant la vente²². L'investisseur a donc six mois afin de réinvestir le montant gagné en profit en acquérant un ou des biens de même nature que celui vendu, d'un montant égal (ou supérieur) à la portion qui aurait normalement été taxée²³. Il ne paie alors pas de taxe de gain en capital puisque le montant est réinvesti.

Traditionnellement utilisée pour l'immobilier et d'autres activités d'investissement, cet article à la fiscalité américaine qui offre de plutôt réinvestir le profit, est de plus en plus utilisée dans le marché de l'art notamment dû à la montée des prix pour certaines catégories d'œuvres²⁴. Certaines conditions doivent toutefois être remplies, dont la notion « d'investisseur » dans laquelle le collectionneur doit être reconnu par ses pairs comme tel.

À titre d'exemple, l'homme d'affaires américain et collectionneur de renom, Stefan Edlis a mis en vente l'an dernier l'œuvre notoire, Turquoise Marilyn d'Andy Warhol, et en a obtenu la somme de 80 millions \$²⁵. Selon un article de Bloomberg, rien n'aurait été payé en gain en capital. La part des profits qui aurait normalement été taxable a plutôt été réinvestie pour acquérir plusieurs œuvres. Le collectionneur indique à propos de la mesure «1031» : «It is a great tool for upgrading, concentrating or a change of focus». À noter que les nouvelles œuvres acquises demeurent taxables selon les taux de taxes de vente en vigueur.

C'est donc une mesure de plus en plus utilisée et qui permet à des sommes très importantes d'être réinvesties dans l'économie nationale, contribuant à un marché de l'art plus fort, et soutenant indéniablement les entreprises culturelles et artistes du pays. Une telle mesure

²⁰ Artsy Editorial, « 11 Tax Secrets Every Art Collector Needs to Know », *Artsy*, 14 avril 2015, <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-11-tax-secrets-every-art-collector-needs-to>

²¹ William Harless, « Rhode Island Drops Sales Tax on Original Art, State Seeks to Build on Success of Industrial Towns That Reinvented Themselves as Artists' Enclaves », *Wall Street Journal*, Dec. 1, 2013, <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052702303670804579232412520127176>

²² Internal Revenue Services, « Like-Kind Exchanges Under IRC Code », Section 1031, FS-2008-18, Février 2008

²³ Robert W. Wood, « 7 Key Rules About 1031 Exchanges -- Before They're Repealed », *Forbes*, 10 mars 2014, <http://www.forbes.com/sites/robertwood/2014/03/10/7-key-rules-about-1031-exchanges-before-theyre-repealed/#30099ddc3d07>

²⁴ Daniel Grant, « With 1031 Exchanges, Art Investors Avoid Taxes », *The Wall Street Journal*, 1^{er} février 2015, <http://www.wsj.com/articles/1031exchangeshelpartinvestorsavoidtaxes1422849602>

²⁵ Katya Kazakina, « Want to Avoid U.S. Taxes on \$80 Million Warhol? Buy More Art », *Bloomberg*, 27 avril 2015, <http://www.bloomberg.com/news/articles/2015-04-27/want-to-avoid-u-s-taxes-on-an-80-million-warhol-buy-more-art>

instaurée au Québec pourrait être extrêmement bénéfique pour l'économie et permettrait également de fidéliser les collectionneurs à (ré)investir sur le marché de l'art québécois.

Conclusion

Dans l'Étude d'Ernst & Young citée précédemment, le Québec est mentionné à titre de pionnier et d'exemple grâce au crédit d'impôts multimédias : « le Québec s'est positionné mondialement comme terre d'accueil des entreprises officiant dans le domaine des multimédias et des jeux vidéo. » C'est exemplaire d'être reconnu à l'international comme pionnier à l'établissement de certaines mesures soutenant la culture. Mais si on en faisait autant avec le marché de l'art visuel qui, encore aujourd'hui au Québec est trop souvent tenu pour compte ? Encourager le collectionnement permettrait pourtant de générer des sommes encore plus importantes dans l'économie de la province.

Nous croyons donc que l'instauration de mesures incitatives à l'investissement privé – et le maintien, voir la bonification, de celles dédiées aux entreprises - constituent un volet de la chaîne culturelle qui requerra une attention particulière maintenant et au cours des prochaines années. En effet, acquérir une œuvre d'un artiste d'ici, chez un fournisseur (en l'occurrence, une galerie) d'ici, a un impact direct sur la vie de milliers de travailleurs.

Par ailleurs, c'est de soutenir moralement le travail de nos créateurs et de contribuer à la préservation de notre patrimoine – et il n'y a pas de meilleure façon d'améliorer la responsabilisation des citoyens à l'égard du patrimoine et les conditions socioéconomiques de nos artistes et de l'ensemble des travailleurs culturels.

Pour assurer la droiture de telles mesures, le tiers vendeur pourrait être un établissement reconnu par une association professionnelle, donc sujette à un code de déontologie et à une obligation de bonnes pratiques tant envers les artistes que leurs clients, ce que l'AGAC impose à tous ses membres. L'Association est également disposé à offrir du soutien dans la mise en œuvre de tels programmes.