



Le juste prix ? La transparence dans les ventes aux enchères.

Le prix qui résulte des enchères, est-il au moment de sa détermination, vraiment transparent (c'est-à-dire compréhensible par tous et constitutif d'un véritable prix d'équilibre du marché entre l'offre et la demande) ?

Ce sujet pouvait paraître surprenant concernant la vente aux enchères publiques, laquelle est, par essence, basée sur la libre compétition des enchérisseurs sous la direction d'un commissaire-priseur qui veille au bon déroulement de la vente et la publicité du prix (hors frais) lors de l'adjudication puis, postérieurement dans les résultats de vente (le plus souvent frais inclus).

L'observation des faits et les nombreux témoignages de professionnels (commissaires-priseurs, marchands d'art/galeristes, experts en art), de collectionneurs et de responsables de plateformes de vente en ligne, lors de ce petit-déjeuner du Conseil animé par Nathalie Moureau et Antoine Laurentin, membres du Conseil, ont montré qu'il y avait matière à débat. Etaient invités à participer à table ronde Yves Badetz (conservateur), Jean Gabriel Bueil (collectionneur), Arnaud Neveu (opérations numériques, Drouot) David Nordmann (commissaire-priseur), Stanislas Ract-Madoux (collectionneur), Thomas Seydoux (expert et conseiller en art, Seydoux&Associés) et Georges Philippe Vallois (galeriste, président du comité professionnel des galeries d'art).

De manière synthétique, la transparence peut être affectée par :

- Les modalités d'affichage et de publicité des prix de vente : faut-il le faire hors frais (prix marteau) ou frais inclus ? La difficulté n'est pas tant d'ordre technique que d'ordre concurrentiel : afficher en temps réel frais inclus c'est donner une visibilité sur la marge commerciale de l'OVV, mais aussi être en décalage avec ceux qui choisissent – en France ou à l'international d'afficher –hors frais. Rappelons que le principe de la publicité de résultats de vente aux enchères laisse une marge de manœuvre à l'OVV, puisque la loi ne prescrit aucune forme de publicité (sauf pour les ventes à distance par voie électronique, à l'article R. 321-34 du code de commerce), ce qui n'interdit pas à l'OVV d'en réserver occasionnellement la communication aux personnes qui en font la demande expresse. Mais ne pas afficher les prix frais inclus lors de la vente prive aussi les maisons de vente d'acheteurs non expérimentés, qui délaissent les enchères après une première expérience, échaudés par la différence constatée entre le prix d'adjudication et le prix final payé.
- Les mécanismes de garantie de prix : les dispositifs de garantie de prix, toujours plus sophistiqués dans les ventes aux enchères new-yorkaises d'art impressionniste moderne ou d'art contemporain, voire de maîtres anciens, en sont une illustration : tous les enchérisseurs

ne sont pas dans une position similaire dès lors qu'un bien, présenté aux enchères, est garanti par un tiers ou fait l'objet d'un ordre irrévocable d'achat, que ce tiers, dont l'identité et le contrat sont tenus secrets par la maison de vente, peut parfois participer à la vente aux enchères au-delà de son prix garanti et bénéficie d'éventuelles rétro-commissions sur le prix d'adjudication. En effet, le montant des frais acheteurs pourra être différent selon que l'acquéreur est le garant ou un autre enchérisseur ; par ailleurs, le prix d'adjudication public ne reflètera plus vraiment tant la profondeur que la « réalité » du prix du marché. La financiarisation des ventes aux enchères d'objets d'art du très haut de gamme est de nature à constituer une réelle atteinte à la transparence des prix. Si en France, le marché des enchères recourt marginalement aux garanties de prix rendues possibles par la loi de juillet 2011, les participants au petit déjeuner estiment qu'il convient d'être attentif à toute « extension » de son utilisation pour de moindre valeur.

Dans une économie concurrentielle internationale, la France ne peut, bien sûr, pas se priver de cet outil. Une parfaite information, avant la vente, sur les œuvres faisant l'objet de garanties, sur l'intérêt financier que peuvent en retirer la maison de vente et le tiers garant et idéalement sur l'identité du tiers seraient souhaitables au plan international. La question d'une transformation d'une vente aux enchères publiques en vente ferme reste toutefois posée, la garantie biaisant par essence le mécanisme d'enchères. Il a également été rappelé par plusieurs intervenants que la présence de professionnels du marché de l'art comme garants était de nature à fausser la présentation à l'aune des intérêts financiers qu'ils représentent.

- La dernière question abordée a été celle de la large diffusion des prix par les bases de données d'art aisément accessibles. Derrière cette question se pose celle du rôle des intermédiaires et de la valeur du travail qu'ils effectuent. Le prix marteau des enchères des enchères –seul moment où il y a obligation de prix public- intègrera ensuite les frais de la maison de vente couvrant son service (vérification des biens ; préparation et organisation de la vente....) et sa marge commerciale ; celui de la galerie, privé, intègre d'autres composantes (promotion de la carrière de l'artiste sur le premier marché, vendre son « goût », son « œil » de collectionneur prendre le risque d'acheter des œuvres avant de les revendre). Maisons de vente, marchands et experts du marché de l'art ont besoin les uns des autres dans la formation des prix, tant leurs métiers sont intrinsèquement liés, et savent que leurs prix correspondent à de prestations différentes. En revanche, les collectionneurs, qui recourent indifféremment aux différents canaux de vente, ne perçoivent pas toujours nécessairement ces différences. Si la publication large de prix constitue un outil d'information susceptible de guider le consommateur, elle peut aussi dans certaines situations être génératrice d'effets pervers.