



Carrières & Talents



CONSEILLERS EN PATRIMOINE ARTISTIQUE

Suivez le guide

Dans certaines banques privées, des passionnés d'histoire de l'art accompagnent leurs clients, connaisseurs ou non, sur un marché foisonnant.

PAR CORALIE DONAS

+ EMAIL redaction@agefi.fr

PLUS SUR LE SITE WEB www.agefi.fr/emploi

« **Comment acheter** une œuvre aux enchères ? », « j'hésite entre deux tableaux, lequel choisir ? » : pour l'achat et la vente d'œuvres d'art, les banques privées proposent un service de conseil à leurs clients. Certains établissements, à l'instar de Rothschild Banque Privée ou de Société Générale Private Banking, font appel à un prestataire extérieur. Mais d'autres ont internalisé ce service depuis plusieurs dizaines

d'années, comme BNP Paribas Banque Privée ou Neulize OBC. Leurs clients sont des amateurs qui veulent être guidés dans un monde complexe et touffu, des entrepreneurs qui souhaitent faire l'acquisition d'œuvres, ou des personnes qui héritent de mobilier, bijoux, objets d'art et tableaux.

« Nous n'avons pas vraiment de profil type de client, souligne Alison Leslie, conseillère au sein du conseil en art de BNP Paribas Wealth Management. Certains sont connaisseurs, d'autres apprécient d'être guidés dans un domaine qu'ils découvrent. Nous avons un rôle pédagogique, nous leur donnons des pistes en fonction de leur budget et de leurs goûts. » Un accompagnement qui se fait toujours en douceur. « Je ne choisis pas à la place des clients, mais je peux les conseiller dans leur choix, explique pour sa part Mathilde Courteault, responsable de Neulize OBC Art. Le marché de l'art est soumis aux aléas économiques et aux effets de mode. »



C'est en effet la prudence qui caractérise le métier, tant du côté des conseillers que des clients. « Il y a bien sûr des personnes qui veulent 'faire des coups', spéculer, mais c'est une infime partie des acheteurs », reprend Mathilde Courteault. Lorsqu'ils souhaitent investir dans une œuvre d'art, la grande majorité de nos clients particuliers sont intéressés par le sujet. »

Le métier consiste à repérer les artistes qui montent, dans un marché installé. « On ne peut pas arriver à la foire de Bâle aujourd'hui et réaliser, à ce moment-là, que les œuvres de Dubuffet sont partout, alors que cela fait dix ans que sa cote augmente », appuie Antoinette Leonardi, responsable du conseil en art de BNP Paribas. Notre rôle est d'anticiper ces tendances, d'accompagner nos clients pour qu'ils puissent acheter des œuvres avant que leur prix ne grimpe trop. »

Le département travaille essentiellement pour des achats et ventes situés entre 100.000 et 3 millions d'euros. Une fourchette qui ne permet pas toujours d'accéder aux stars de l'art moderne et contemporain, mais qui donne accès à toute une palette d'artistes montants. Pour aiguïser leur regard, les conseillers en art s'informent de l'actualité du domaine, lisent les catalogues des musées, se tiennent au courant des expositions à venir – qui font souvent grimper la cote de l'artiste exposé. Ils fréquentent les musées, galeries, foires d'art, et les ventes incontournables à Paris, Londres ou New York. Pour autant, ces professionnels ne vivent pas dans un tourbillon de voyages et de couleurs. « Comme dans tous les métiers, il y a des aspects administratifs », rappelle Mathilde Courteault. Notre rôle est aussi de donner les bons codes aux clients : tout le monde ne sait pas qu'il faut demander un rapport d'état avant d'acheter une œuvre, en vérifier la provenance, aller la voir de visu pour acheter en toute connaissance de cause. » Un travail de recherche est aussi parfois nécessaire.

APPRENDRE AU QUOTIDIEN

Le métier repose donc sur une solide formation. Mathilde Courteault a une maîtrise d'histoire de l'art de la Sorbonne et un DESS de gestion des industries du luxe et des métiers d'art de l'université Paris-Est-Marne-la-Vallée. Spécialiste des arts asiatiques, elle a travaillé dans la maison de vente Christie's pendant treize ans, avant de rejoindre Neulize OBC en 2015. Également issue du cursus d'histoire de l'art de la Sorbonne, Antoinette Leonardi a, elle, commencé sa carrière au département des dessins anciens dans une galerie. Elle est rentrée dans la banque il y a 27 ans. « J'ai élargi mon domaine de compétences, car nous sommes des généralistes. Je continue à apprendre au quotidien sur le terrain du marché de l'art. Cela crée un biais terrible, je ne peux plus regarder une œuvre sans me demander combien elle peut valoir », plaisante-t-elle.

C'est à la foire d'art de Maastricht qu'elle a rencontré, il y a 17 ans, Alison Leslie qui complète son équipe chez BNP Paribas. Écossaise, cette dernière a suivi un cursus universitaire en histoire de l'art à Edimbourg, travaillé pour la Royal Collection en Angleterre, puis pour un

LA PAROLE A...

ARNAUD DUBOIS, directeur associé de IP Art, conseiller en gestion de patrimoine artistique, intervenant dans le master 2 droit du marché et du patrimoine artistiques à Paris 2

« Il faut pouvoir repérer la pépite »

Où en est le conseil en achat et vente d'œuvres d'art ?

Une défiance s'installe à l'encontre des marchés financiers, les clients estiment que les gains sont faibles et disproportionnés par rapport aux risques pour des produits classiques. Aussi se tournent-ils vers des actifs plus tangibles, et les œuvres d'art en font partie. Le conseil devient indispensable pour bien acheter. La demande est élevée, le marché se financiarise et tout vaut cher. Il faut être capable d'aller chercher la pépite.

Quel est le profil des étudiants qui se dirigent vers le métier de conseiller en art ?

Les étudiants du master 2 droit du marché et du patrimoine artistiques à Paris 2 ont de solides bases juridiques et une formation en histoire de l'art. J'observe également, depuis quelques années, un déplacement de l'intérêt des

étudiants de l'art ancien vers de l'art contemporain. Cela correspond à l'évolution du marché, dont une grande part est occupée par des transactions à moins de 10.000 dollars.



Comment évoluent les goûts des clients ?

L'art ancien souffre d'un désintérêt des amateurs et des collectionneurs. Les œuvres de qualité sont rares et le volume d'échange se contracte. Les particuliers et les entreprises s'intéressent davantage à l'art contemporain qu'ils découvrent dans les musées, les galeries et, de plus en plus, à travers les grandes manifestations artistiques. Internet est un véhicule de communication très fort, Facebook et Instagram permettent de rendre les artistes visibles et de les mettre en contact direct avec leurs clients potentiels. On constate aussi une augmentation massive de l'intérêt pour le marché de la BD.

marchand d'art à Londres. « Une solide formation dans l'art ancien permet de se pencher plus facilement sur tous les mouvements jusqu'à l'art contemporain. Les goûts ont changé ces vingt dernières années, les gens se sont détournés de l'art ancien pour s'intéresser en grande majorité à l'art du XX^e siècle », remarque-t-elle.

Si les banques privées guident de préférence leurs clients sur un marché établi avec une prise de risque limitée, les conseillers suivent de près l'agitation du monde de l'art contemporain. « Les grandes enchères qui battent des records en termes de prix, comme les ventes récentes de Hopper et Hockney*, c'est le phénomène de l'arbre qui cache la forêt. Derrière, il y a un autre marché avec beaucoup d'œuvres à acquérir », estime Antoinette Leonardi. « Dans le cas de ces achats trophées, on s'éloigne un peu de l'achat plaisir, ce qui ne veut pas dire que le véritable amateur a totalement disparu », appuie Mathilde Courteault. ■

*En novembre chez Christie's à New York, *Portrait of an artist (pool with two figures)*, de David Hockney, et *Chop Suey*, d'Edward Hopper, ont chacun été vendus plus de 90 millions de dollars.



– **ALISON LESLIE**, conseillère au sein du conseil en art de BNP Paribas Wealth Management