

Quel marché de l'art sur Internet ? Opportunités et limites.

Promouvoir l'art en France par le marché, tel est l'objectif que s'est fixé le Conseil National du Marché de l'Art (CNMA) présidé par **Hervé Poulain**, commissaire-priseur associé d'Artcurial-Briest-Poulain-Le Fur-F. Tajan et qui regroupe les différentes branches du marché de l'art (galeries, experts, sociétés de ventes aux enchères, brocanteurs, libraires, métiers d'art...).

Le CNMA a décidé d'initier le débat sur les implications du phénomène Internet pour le marché de l'art. Comme la langue d'Esopé, Internet peut être à la fois la meilleure et la pire des choses. La meilleure, parce que c'est un formidable outil de communication qui permet de toucher un très vaste public dans le monde entier, la pire des choses parce qu'il peut constituer une concurrence déloyale pour les professionnels et les métiers réglementés ou non et par ailleurs prive le consommateur d'une réelle expertise et d'une garantie d'authenticité.

Suivant ces réflexions, le CNMA organise le **vendredi 19 mai prochain**, de 15h à 20h un **Forum** intitulé « *Quel marché de l'art sur Internet ? Opportunités et limites* » avec notamment pour intervenants, Grégory Boutté, directeur de eBay France, Bill Fine président d'Art Net Worldwide, Isabelle Falque-Pierrotin, présidente du Forum des droits sur l'Internet, Antoine Beaussant, membre du Conseil des Ventes, ainsi que Philippe Limouzin-Lamothe, président de l'Observatoire des mouvements internationaux d'œuvres d'art ou Henri de Maublanc, président de l'Association pour le commerce et les services en lignes, ou encore de nombreux professionnels du marché de l'art.

A l'occasion de cet événement, Renaud Donnedieu de Vabres, ministre de la Culture et de la Communication, met à disposition du CNMA, au ministère, le **salon des Maréchaux**. C'est un nouvel état d'esprit qui manifeste une reconnaissance envers les opérateurs du marché.

Le téléphone a mis plus de 30 ans pour s'imposer, la télévision, 20 ans, Internet moins de 10 ans et le marché de l'art vit actuellement une extraordinaire mutation liée à ce nouveau média. Enchérir sur Internet, consulter les catalogues, les publications des galeries, s'informer en temps réel de ce qui est accessible à tous, est un défi qui pose de nombreuses questions.

Il faut d'abord établir le constat, comprendre l'évolution en cours, puis s'adapter à la réalité et se projeter dans l'avenir.

Loin de s'arquebouter sur des positions défensives, les professionnels entendent tirer le meilleur profit d'Internet et faire évoluer leurs métiers respectifs en intégrant les capacités de développement qu'il apporte. C'est tout l'objectif de ce Forum.