



PETIT DEJEUNER « LES COMMISSAIRES PRISEURS ET L'INNOVATION :

COMMENT REINVENTER LE METIER ? »

Le 13 avril dernier, le Conseil des ventes a organisé un petit déjeuner sur un thème prospectif, intitulé « Les commissaires-priseurs et l'innovation : comment réinventer le métier ? ». Près de 50 personnes y ont assisté dont, pour enrichir le débat d'apports extérieurs, un expert du numérique de France stratégie, un créateur de start up rompu aux modèles d'e-commerce, une responsable du soutien à l'innovation de la Ville de Paris.

OVV et CP sont dans les ventes aux enchères ce que l'on peut qualifier un intermédiaire dans la chaîne de valeurs (entre le vendeur et l'acquéreur) qui mobilise des compétences diverses : expert en œuvres d'art, éditeur et imprimeur de catalogues, transporteur...). Un intermédiaire dont la valeur ajoutée est immatérielle (savoir identifier des biens et les valoriser au mieux selon une technique de vente), et dont l'actif comptable est pour l'essentiel immatériel (la marque, le savoir-faire, le réseau de connaissance.....). La « transition numérique » dans laquelle les économies sont engagées modifie les relations clients/vendeurs et impacte les intermédiaires..... Toutes les études identifiant le domaine des professions du droit et des professions libérales comme l'un des domaines qui sera prochainement fortement touché par la « digitalisation de l'économie », il a paru important de faire un premier point sur les innovations prises par les OVV, leurs appréciations des ventes dématérialisées, d'identifier les révolutions « techniques » à venir qui vont impacter prochainement l'e-commerce.

De nombreuses OVV ont déjà largement pris le virage du numérique : en 2015 en France le montant des enchères en ligne (hors frais) dépassait 825 M€, soit 30 % du montant total des enchères. 71 % des OVV déclarent en 2015 avoir réalisé des ventes électroniques (*live auctions* et ventes « *online* », totalement dématérialisées). Toutefois, si l'on neutralise les ventes du secteur « véhicules d'occasion et matériel industriel » et les *live auctions*, le montant total des ventes « *online* » du secteur « Art et objets de collection » en France en 2015 atteint seulement 15 M€ en 2015 (soit 1,2 % du montant total des adjudications du secteur « Art et objets de collection), ce qui est très peu.

Les modèles d'e-commerce sont évolutifs. Les usages des consommateurs sur les mobiles et les réseaux sociaux évoluent rapidement, la diffusion des technologies de traitement massif des données (big data) va impacter tous les secteurs d'activité. Si l'avenir des ventes aux enchères n'est peut-être pas au « tout numérique », il faut se tenir « éveillé » sur les évolutions en cours.

Comment « amplifier » le développement des ventes aux enchères « online » ? Pourquoi les ventes « online » du secteur AOC n'ont pas encore décollé en France ? Faut-il enrichir les services offerts aux clients (acheteurs et vendeurs) à l'occasion du basculement des ventes aux enchères online ? Le secteur de la vente aux enchères régulée peut-il se faire ubériser », c'est-à-dire être mis en « dépendance économique d'une plateforme technique » ? A quelles innovations disruptives les actuels OVV doivent-ils être attentifs pour être eux-mêmes acteurs de la réinvention de leur métier ? Pour les OVV/CP, à quels types de « modèle économique innovant » réfléchir ?

Tels ont été les sujets abordés lors de ce petit-déjeuner.

En synthèse des interventions on retiendra que :

- Dans le secteur « Art et objets de collection », les professionnels pensent que le « online » correspond à un public dédié. Il permet de toucher une nouvelle clientèle mais suppose une organisation spécifique distincte de l'OVV « classique » (pour gérer toute la chaîne, de la conception de la vente à la livraison des lots et le service après-vente) ; les montants de ventes des quelques rares OVV 100 % *online*, encore limités, ne permettent pas à ce stade de dire qu'il s'agit de LA voie à suivre.
- L'élément différenciant dans l'économie digitale est le service donné au vendeur et la facilité d'accès au service (tant pour l'acheteur que le vendeur). Les services en ligne, hors ceux de ventes aux enchères publiques, qui se concentrent prioritairement sur la relation aux clients et non sur la gestion physique des objets à vendre ou l'expertise matérielle des objets, sont en forte croissance. Les OVV doivent intégrer cet élément dans leur réflexion. D'autant plus que de nouvelles « techniques » vont se diffuser d'ici 5 ans (assistance à l'expertise en ligne, outil de réalité virtuelle permettant de simuler la présence des objets dans sa maison...).
- Dans l'environnement concurrentiel marchand accentué par le numérique, les OVV doivent avoir conscience qu'à côté de la vente aux enchères publiques, d'autres modèles économiques mettant en relation acheteur et vendeur d'objets culturels se développent. La vente directe (modèle Amazon), la vente privée (avec discount), la « place de marché » (le site internet de courtage organise la

rencontre d'acheteurs et de vendeurs, fournit des services complémentaires tels ceux d'expertise ou de cotation), les petites annonces en ligne (modèle du Bon coin). La vente aux enchères en ligne est donc un mode parmi d'autres d'intermédiation entre vendeur et acheteur.

- L'OVV vend un service, celui de la valorisation de biens à vendre par un processus d'enchères transparent et sécurisé, grâce à l'intervention d'un tiers de confiance, le commissaire-priseur. Pour certains objets d'art, où la relation « physique » à l'objet reste un élément important motivant le désir d'acheter, leur valorisation dans des expositions en salle, l'organisation d'évènements autour de la vente conservent leurs atouts. Cet élément différenciant doit être bien valorisé auprès des clients par les opérateurs de vente.

A l'issue de ce petit déjeuner, les participants ont pu nouer des contacts avec les intervenants et, le sujet n'ayant pas été épuisé, une suite pourrait être envisagée.