

Normes de l'industrie / Meilleures pratiques :

Galerias commerciales et artistes en Saskatchewan

Les galeries commerciales diffèrent selon le degré de professionnalisme dont elles font preuve, leur statut, le genre et la qualité des œuvres mises en vente, la réputation des artistes représentés, le volume des ventes, la fourchette de prix, l'expertise du ou des galeristes. En fait, il y a autant de types de galeries qu'il y a de personnes qui les administrent et d'artistes qui y exposent.

Cependant, tous les marchands d'œuvres d'art professionnels ont un point en commun : ils sont en affaire, et leur affaire c'est la vente d'œuvres d'art. Peu importe son degré d'implication personnelle, de professionnalisme ou de gentillesse, un marchand d'œuvre d'art est en affaire pour le rester et, préférablement, pour en tirer profit. Cela veut dire que les œuvres qu'il expose doivent être vendues. Cela ne confère pas un avantage particulier au galeriste ou à l'artiste; il existe entre eux une relation vendeur / producteur et cette relation sera d'autant plus fructueuse qu'elle saura demeurer professionnelle.

La relation entre un artiste et un marchand d'œuvres d'art fonctionne à son meilleur lorsqu'elle est franche, réaliste et qu'elle demeure une relation d'affaire.

Comme dans toutes relations, chaque partie doit consentir à des efforts pour qu'elle fonctionne. Bien des problèmes surviennent en raison de suppositions, d'incertitudes et de questions qu'on a négligé de discuter. Les artistes doivent réfléchir à ce qu'ils attendent du galeriste, savoir qui est responsable de quoi et prévoir ce qui pourrait ne pas fonctionner. L'artiste et le marchand devraient tous deux avoir en tête que chacun fournit une précieuse contrepartie à l'autre en termes de biens ou de services. Chacune des parties devrait s'assurer que leurs attentes et leurs exigences sont bien comprises par leur vis-à-vis.

La convention de vente la plus fréquente, entre un artiste et une galerie commerciale, est le dépôt en consignation. Cela signifie que la galerie n'est pas propriétaire des œuvres qu'elle met en vente et qu'elle les vend à titre d'agent de l'artiste.

S'il y a une raison de ne pas tenir compte des responsabilités et des droits énoncés dans ce document, cela devrait faire l'objet d'une négociation et inclus dans un contrat signé par l'artiste et la galerie.

Ce document définit les normes recommandées pour la pratique professionnelle dans le secteur des arts visuels et des métiers d'art.

Les organismes suivants souscrivent au présent document :

- CARFAC Saskatchewan
- Museums Association of Saskatchewan
- Organization of Saskatchewan Arts Councils
- Saskatchewan Arts Alliance
- Saskatchewan Arts Board
- Saskatchewan Craft Council
- Saskatchewan Cultural Industries Development Council
- Saskatchewan Professional Art Galleries Association
- Saskatchewan Publishers Group
- SaskCulture

FINANCEMENT DU PROJET

Ce projet est soutenu par le Creative Industries Growth and Sustainability Program, grâce au soutien financier du Conseil des arts de la Saskatchewan et du Ministère du Tourisme, des Parcs, de la Culture et des Sports du Gouvernement de la Saskatchewan.

On peut consulter d'autres normes de meilleures pratiques à :

www.bestpracticesstandards.ca

Copyright © CARFAC SASK 2010

Tous droits réservés au nom des partenaires du Saskatchewan Best Practices Project.

Ce projet a été élaboré en s'inspirant de « *The Code of Practice for the Australian Visual Arts and Craft Sector* » 2^e Édition, développé, commandité et publié par la National Association for the Visual Arts (NAVA).

1 LES BASES D'UNE SAINTE RELATION D'AFFAIRE

1.1 Les artistes et les galeries, ou marchands d'œuvres d'art, devraient être clairs au moment d'établir une relation d'affaire: le but visé dans cette relation est la réussite dans la vente d'œuvres d'art. Toutefois, bien que les ventes s'effectuent en général dans la galerie ou par les démarches qu'elle effectue, d'autres activités réalisées par l'artiste accroissent la désirabilité de ses œuvres. Parmi celles-ci, mentionnons : les expositions dans les lieux publics de diffusion (musées, centres d'expositions, centres d'artistes...), la réalisation d'œuvres non-commerciales, les activités dont l'objet premier est la promotion, et les autres relations commerciales établies avec des marchands opérant à l'extérieur des limites territoriales circonscrites dans le contrat liant l'artiste et la galerie (*voir la section 5*). Les galeries commerciales devraient soutenir ces activités dans les limites des ressources qu'elles peuvent y consacrer.

1.2 La galerie devrait exposer et vendre régulièrement les œuvres de l'artiste dans ses locaux. De son côté, l'artiste devrait s'attendre à devoir lui fournir des œuvres sur une base régulière.

1.3 Le succès des relations entre les artistes et les galeries commerciales est plus fréquemment atteint lorsque ces relations sont de longue durée. Afin de maintenir une relation durable, les deux partenaires devraient discuter de leurs besoins professionnels au fur et à mesure qu'ils se présentent.

1.4 La confiance mutuelle entre le galeriste et l'artiste est également un gage de succès. Afin de maintenir ce lien de confiance, l'artiste et le galeriste devraient discuter ouvertement de ce qui les préoccupe.

1.5 L'artiste ne devrait divulguer à personne la liste des clients de la galerie.

1.6 Lorsque l'artiste est invité à exposer ailleurs que chez son galeriste, il devrait l'en informer.

1.7 Sauf quand l'exposition est organisée par l'un des autres marchands avec qui il fait affaire, l'artiste devrait mentionner le nom de la galerie qui le représente lorsqu'il expose ses œuvres dans un autre lieu de diffusion.

1.8 L'artiste représenté par une galerie ne devrait pas miner sa relation d'affaire avec cette galerie en tentant d'établir un lien d'affaire indépendant avec des clients.

1.9 Peu de relations artiste-galeriste sont établies pour une durée prédéterminée. Lorsque c'est le cas, cela devrait faire partie du contrat liant les parties (*voir la section 2*). L'une ou l'autre des parties peut mettre fin à la relation d'affaire en avisant son vis-à-vis et en lui accordant un délai raisonnable. Il est toujours mieux de définir ce que signifie « un délai raisonnable » dans le contrat.

1.10 Les parties devraient, de temps à autre, réajuster leur relation d'affaire.

2 LES ENTENTES ET LES CONTRATS

2.1 Les termes de la relation commerciale entre un artiste et une galerie devraient être consignés par écrit dans un contrat.

2.2 Il importe de rédiger des contrats. La *Loi sur les professions artistiques* de la Saskatchewan

(*The Saskatchewan Arts Professions Act*) requiert qu'un contrat soit établi entre un artiste et une personne ou organisme qui retient ses services. Le contrat doit minimalement contenir les mentions contenues dans l'*Aide-mémoire pour la rédaction de contrats*, établi par le Ministère du Tourisme, des Parcs, de la Culture et des Sports, qui figure en annexe de ce document.

2.3 Ce contrat devrait faire état des attentes mutuelles des deux parties. Il devrait spécifier toute dérogation aux lignes directrices proposées par le présent document et préciser les termes de leur entente.

2.4 Lorsque la galerie ne propose pas de lettre d'entente ou de contrat formel, on ne devrait pas négliger de négocier les termes de l'entente. Les parties peuvent se référer au présent document comme aide-mémoire. À tout le moins, elles devraient établir une entente de consignation pour toutes les œuvres que l'artiste dépose à la galerie ainsi qu'un contrat pour la vente des œuvres (*voir les sections 8 et 10*).

3 LES SERVICES OFFERTS À L'ARTISTE

3.1 Même si vendre ses œuvres constitue le principal service offert à l'artiste par la galerie, la représentation de l'artiste par la galerie peut aussi inclure les services suivants :

- la tenue régulière d'expositions dans ses locaux ;
- la production et la distribution d'invitations, l'organisation de vernissages, la promotion et la publicité des expositions ;
- la mise à jour du Curriculum vitae de chaque artiste représenté ;
- la mise à jour du matériel visuel pour fins promotionnelles de chaque artiste représenté ;
- le maintien à jour d'archives sur les activités promotionnelles ;
- le démarchage de ventes auprès d'acquéreurs publics ou privés ;
- l'entretien de relations avec les collectionneurs et les clients corporatifs ;
- la protection des droits légaux de l'artiste, dont les droits d'auteur, dans les activités impliquant la consignation des oeuvres, la vente ou la promotion par la galerie (*voir la section 13*) ;
- la collaboration avec l'artiste lors de concours ou de soumissions pour des commandes d'œuvres, ainsi que dans la préparation de demandes de subventions ;
- le maintien d'un registre de toutes les œuvres déposées en consignation, prêtées ou vendues.

3.2 Cette liste énumère l'essentiel des services qu'une galerie peut offrir à un artiste qu'elle représente. Elle n'est pas exhaustive et ne signifie pas que toutes les galeries offrent ces services.

4 FRÉQUENCE DES EXPOSITIONS

4.1 La galerie et l'artiste devraient déterminer ensemble la fréquence des expositions.

4.2 Lorsque la galerie a l'habitude de tenir des expositions individuelles, l'artiste devrait pouvoir s'attendre à ce que des expositions surviennent régulièrement. L'artiste et la galerie devraient discuter afin d'en établir la fréquence.

4.3 Lorsque la galerie n'organise pas d'expositions individuelles, l'artiste devrait pouvoir s'attendre à ce qu'une sélection représentative de ses œuvres soit exposée régulièrement.

4.4 Afin de faciliter la tenue d'expositions de ses œuvres, l'artiste devrait effectuer la livraison ou, le cas échéant, la reprise des œuvres choisies par la galerie, en temps opportun et de la façon convenue.

5 TERRITOIRE DE REPRÉSENTATION

5.1 La galerie et l'artiste devraient convenir ensemble du degré d'exclusivité de leur relation. L'exclusivité peut s'appliquer entre autres, au territoire, à la méthode de vente et aux moyens de communication.

5.2 La galerie ne devrait pas s'attendre à ce que l'aire d'exclusivité excède son territoire réel d'opération.

5.3 La galerie devrait pouvoir soutenir toute prétention à l'exclusivité.

5.4 Lorsqu'une entente d'exclusivité n'a pas été convenue par écrit, nul ne peut prétendre qu'elle existe.

6 FIXATION DES PRIX

6.1 La galerie et l'artiste devraient convenir ensemble du prix de vente des œuvres. Les prix établis en galerie ne devraient pas inclure les taxes (TPS et TVP).

6.2 Lorsque les prix sont établis, ils devraient être les mêmes partout. Dans l'intérêt des deux parties, abaisser ou élever les prix selon les lieux de vente n'est pas recommandé. Cette pratique mine la cote des œuvres de l'artiste et peut générer de la discorde entre l'artiste et la galerie.

6.3 De temps à autre, l'artiste et la galerie devraient discuter d'une hausse du prix des œuvres si la valeur de celles-ci augmente.

7 COMMISSION

7.1 La commission sur les ventes constitue la rémunération que l'artiste accorde à la galerie pour son travail de vente et de représentation. La galerie obtient cette commission pour les divers services énumérés dans la section 3 et elle est remise lorsqu'une vente se concrétise. Le niveau de la commission devrait être négocié au départ de la relation d'affaire et inscrit dans le

contrat.

7.2 La commission de la galerie devrait correspondre au type de service qu'elle fournit (*voir la section 3.1*). Elle est généralement fixée à 40 ou 50% du prix de l'œuvre. La commission versée par l'artiste se calcule sur le prix de l'œuvre seulement, excluant les taxes.

7.3 Les galeries ne devraient pas accroître la commission sur les ventes afin de couvrir une augmentation de leurs dépenses. Elle devrait plutôt compenser cette augmentation par un accroissement des prix, comme cela se fait dans d'autres types de commerces ou d'autres secteurs industriels.

7.4 La vente en atelier par l'artiste, lorsqu'il est situé à l'intérieur du territoire d'exclusivité, sera toujours une cause de discorde entre un artiste et une galerie commerciale. Elle n'est donc pas recommandée.

7.5 En raison de l'implication plus grande de l'artiste dans la réalisation d'œuvres de commande, on peut fixer la commission à un niveau moindre que le pourcentage établi entre lui et la galerie. Cette commission, et le rôle de toutes les parties concernées (incluant entre autres : les relations avec le client, la documentation, la supervision, les assurances, le transport, l'encadrement, l'installation, etc.) devraient faire l'objet d'une négociation avant le début du projet.

7.6 L'artiste et la galerie devraient convenir d'avance de la commission accordée pour tout service autre que la vente, comme la location d'œuvres de l'artiste ou la négociation des commandes d'œuvres.

7.7 Lorsque d'autres intervenants ou galeries ont participé à la vente d'une œuvre de l'artiste, le total de la commission devrait demeurer le même que si seule la galerie avec laquelle l'artiste est en relation avait effectué la vente. Le partage de la commission entre les agents devrait être établi par une entente préalable afin que l'artiste reçoive sa pleine part du prix de vente.

7.8 Lorsque l'artiste participe à des concours pour l'obtention d'un prix, ou pour une exposition en vue d'une acquisition, l'artiste devrait s'assurer que le nom de la galerie soit mentionné pour toutes les œuvres qui y sont consignées.

7.9 Lorsque l'artiste reçoit une subvention, un prix honorifique ou monétaire, le marchand d'œuvres d'art ne devrait pas s'attendre à une commission.

7.10 L'artiste et la galerie devraient discuter du versement ou non d'une commission à la galerie dans les cas de dons ou de ventes d'œuvres lors d'événements de levée de fonds. L'artiste et la galerie devraient convenir ensemble d'un prix de réserve afin que la cote de l'artiste ne soit pas dévaluée.

7.11 L'artiste et la galerie devraient convenir du taux de commission à verser pour tout autre type de transaction spéciale.

8 CONSIGNATION

8.1 Une entente de consignation signifie que l'artiste conserve la propriété de ses œuvres jusqu'à ce que la galerie les vende. Lorsqu'une œuvre est vendue, l'artiste a le droit de recevoir

le prix convenu de l'œuvre moins la commission.

8.2 Lorsque l'artiste dépose des œuvres dans une galerie, il devrait également déposer deux copies d'une liste descriptive complète de ces œuvres. La galerie devrait vérifier cette liste et les œuvres qui y correspondent. La galerie et l'artiste devraient tous deux signer la liste de consignation et chacun en conserver une copie. Lorsque l'artiste n'a pas préparé de liste, la galerie devrait le faire.

8.3 En acceptant la consignation des œuvres de l'artiste, la galerie reconnaît la validité de ce qui est établi sur la liste et le bon état des œuvres déposées.

8.4 Les œuvres consignées ne sont pas la propriété de la galerie, elles ne peuvent donc pas faire partie d'une transaction de vente ou de transfert de propriété de l'entreprise.

9 ESCOMPTE

9.1 La galerie a l'obligation de représenter l'artiste et ses œuvres aussi complètement et avantageusement que possible. Elle doit également éviter de porter atteinte à la valeur des œuvres.

9.2 Lorsque la galerie accorde une escompte, elle devrait être déduite de la commission de la galerie et non de la portion due à l'artiste.

10 VENTES, CRÉDIT ET RETOURS

10.1 La galerie devrait établir un contrat de vente pour toutes les œuvres vendues. Ce contrat devrait préciser tous les termes de la vente.

10.2 Le paiement à l'artiste devrait se faire dans les 60 jours de la vente ou de la réception du paiement par la galerie, soit le délai le plus bref des deux.

10.3 Lorsque la galerie accepte des paiements par acompte, elle devrait exiger un dépôt minimum de 25%,

10.4 Le premier acompte versé devra comprendre la TPS et/ou la PST à verser à l'Agence de revenu du Canada. Les paiements subséquents devraient être remis d'abord à l'artiste, jusqu'à ce que sa part du prix de vente lui soit complètement versée. Les derniers acomptes serviront à couvrir la commission due à la galerie.

10.5 La galerie qui vend à crédit devrait en assumer entièrement le risque.

10.6 Lorsque la galerie accepte de reprendre une œuvre qu'elle a vendue, elle devrait en assumer entièrement les coûts.

10.7 Sur demande, la galerie devrait fournir à l'artiste un état des ventes effectuées et des paiements reçus ou à recevoir.

10.8 La galerie devrait fournir à l'artiste un état de compte pour chacune des œuvres et des paiements faits à l'artiste, incluant des informations sur les acquéreurs. Les tentatives de ventes

directes faites par l'artiste à ces acquéreurs, sans le versement de la commission à la galerie, constituent un bris du contrat de représentation.

10.9 La galerie peut « réserver » une œuvre pour un client pendant une période donnée, et chercher à contacter ce client avant de vendre l'œuvre à un autre acquéreur.

11 PLANIFICATION DES EXPOSITIONS ET PARTAGE DES COÛTS

11.1 La galerie et l'artiste devraient s'entendre quant à la fréquence des expositions et au moment le plus opportun d'en tenir une. Ils devraient aussi décider ensemble s'il s'agira d'une exposition individuelle ou de groupe.

11.2 L'artiste et la galerie devraient préciser à l'avance qui sera responsable de défrayer les coûts liés à l'exposition (par exemple : l'encadrement, le transport, la documentation sur les œuvres, la promotion, la publicité, les frais de vernissage, etc.)

11.3 La galerie et l'artiste devraient déterminer ensemble si la commission s'applique sur le prix des œuvres encadrées ou non.

12 TAXES SUR LES PRODUITS ET SERVICES

12.1 Lorsque l'artiste est inscrit à la TPS, il devrait divulguer son numéro d'enregistrement d'entreprise à la galerie.

12.2 Les galeries et les artistes devraient connaître les implications fiscales de leurs activités et s'assurer d'être à jour dans leurs connaissances.

12.3 La décision de s'inscrire ou non à la TPS relève de l'artiste en consultation avec son conseiller fiscal.

12.4 Que l'artiste soit enregistré à la TPS ou non, si la galerie est enregistrée, la galerie doit collecter le plein montant de la TPS sur les œuvres. Si l'artiste est enregistré, la galerie devrait lui remettre sa part de la TPS perçue. Chacun devra remettre sa portion de la TPS à l'Agence de revenu du Canada, comme il est légalement tenu de le faire.

13 DROITS D'AUTEUR

13.1 La galerie devrait protéger les droits légaux de l'artiste, y compris les droits d'auteur, dans des activités telles que la consignment, la vente ou la promotion. Elle devrait prendre toutes les mesures raisonnables pour que les tiers le fassent également.

13.2 L'artiste peut gérer lui ou elle-même ses droits d'auteur, ou encore les avoir cédés à une société de gestion collective pour qu'elle les gère en son nom.

13.3 Les droits moraux sont inhérents aux droits d'auteur. Bien que l'artiste puisse choisir de renoncer à les exercer, il ne peut pas les vendre ou les céder.

13.4 La galerie ne devrait pas inciter l'artiste à vendre ou à céder ses droits d'auteur, ou encore

à y renoncer.

13.5 En général, l'artiste conserve le droit d'exercer ses droits d'auteur même lorsqu'il en a confié la gestion à un intermédiaire.

13.6 La galerie ne devrait pas être tenue de payer des droits de reproduction à l'artiste lorsque les reproductions servent à vendre ses œuvres.

14 PROTECTION DES OEUVRES

14.1 Les œuvres consignées en galerie sont sous la responsabilité de la galerie.

14.2 La galerie devrait prendre toutes les précautions raisonnables lorsqu'on y manipule, entrepose, expose ou emballe les œuvres.

14.3 La galerie est responsable de souscrire une police d'assurance adéquate. Le contrat devrait décrire de façon détaillée la couverture d'assurance de même que la procédure en cas de perte, de dommages ou de vol, tant que les œuvres sont sous sa protection.

14.4 L'artiste et la galerie devraient clarifier ensemble le degré de couverture des œuvres en cas de vol, de dommages ou de perte.

14.5 Si la galerie n'offre pas de couverture d'assurance, cela devrait être consigné par écrit.

14.6 La galerie est également responsable de la sécurité, de la prévention des incendies et du maintien d'un environnement adéquat, incluant la disposition et l'éclairage des œuvres.

14.7 Si une œuvre est endommagée lorsqu'elle est sous la garde de la galerie, l'artiste devrait avoir le choix de réparer l'œuvre ou de choisir le restaurateur. Les frais de la restauration devraient revenir à la galerie.

14.8 S'il y a perte ou que les dommages sont tels qu'une restauration satisfaisante s'avère impossible, l'artiste devrait recevoir une compensation dans un délai raisonnable, peu importe le degré de protection offert par l'assurance ou le temps alloué au traitement de la réclamation.

15 DIFFÉRENDS

15.1 En cas de différends dans l'application d'un contrat, les parties devraient recourir à la médiation avant d'initier toute démarche légale.