

TENDANCES

1 800 %

de croissance des prix
de l'art contemporain
en quinze ans

3 200

œuvres modernes
ou contemporaines
dans la collection Axa

Un essor formidable, une structuration accrue, des capitaux à la hausse, une sinistralité minimale... L'assurance des collections d'entreprise apparaît comme l'eldorado des assureurs. Les nouveaux arrivants sur le marché l'ont compris. Mais gare aux écueils.



Jean Dubuffet, « Le roman burlesque, Automobile », 1974, peinture vinylique sur stratifié, 160 x 250 cm
© ADAGP, Paris, 2018, photo Georges Poncet. Œuvre faisant partie de la collection d'entreprise Renault, exposée à la Fondation Clément en Martinique jusqu'au 17 mars.

FINE ART

L'état de l'art des collections d'entreprise

Par Sarah Hugounenq

Au lendemain de la guerre de Sécession, la compagnie américaine Union Pacific Railroad innove. Elle ne se cantonne pas à construire la première liaison ferroviaire transcontinentale, mais valorise ce chantier hors norme par une idée pionnière : engager le peintre et photographe Andrew J. Russell pour documenter les travaux et vanter les plaisirs du voyage en train. C'est ainsi qu'est née la première collection d'entreprise en 1868. L'idée mettra un siècle à traverser l'océan Atlantique avec la collection Renault qu'entame Claude Renard en 1967. À cette exception près, la quasi-totalité des entreprises hexagonales férues d'art ont passé le pas il y a moins de trente ans : ainsi en est-il de la collection de la Société générale entamée en 1995 riche de 1 200 œuvres contemporaines, et dotée d'un budget d'acquisition annuel de 300 000 €, et des 900 photographies de Neufville OBC acquises depuis 1997 grâce à un budget de 80 000 € annuels, enveloppe identique à celle du groupe Bel (La Vache qui rit) qui a commencé à collectionner en 2010. Les assureurs ne sont pas étrangers à ce phénomène comme le prouve la collection Axa dont les 3 200 œuvres modernes et contemporaines signées Andy Warhol ou Sigmar Polke sont exposées dans ses bureaux de Cologne ou au siège du groupe avenue Maignon à Paris pour les pièces anciennes des XVII^e et XVIII^e siècles. Ou encore la collection Hiscox (lire encadré ci-contre) ou Liberty qui envisage de se lancer dans l'aventure.

FISCALITÉ AVANTAGEUSE

Ce phénomène en pleine expansion s'explique en partie pour des raisons fiscales. Comme nous l'explique le docteur en droit Pierre Noual : « *Le vote de la*

loi sur le mécénat en 2003, puis en 2008, a marqué un changement en proposant un environnement institutionnel plus favorable à la constitution de collections d'entreprise et une fiscalité incitative déterminante. » En effet, les entreprises qui acquièrent des œuvres d'artistes vivants et les inscrivent à un compte d'actif immobilisé peuvent déduire du résultat imposable de l'exercice d'acquisition et des quatre années suivantes, par fractions égales, une somme égale au prix d'acquisition, la déduction ainsi effectuée au titre de chaque exercice ne pouvant excéder la limite de 0,5 % du chiffre d'affaires, minorée des versements effectués au titre du mécénat d'entreprise. Pendant toute la période de déduction, les œuvres ainsi acquises doivent être exposées dans un lieu ouvert au public ou simplement aux salariés et/ou aux clients de l'entreprise, à l'exclusion des bureaux du dirigeant. Face à un tel levier financier, certains assureurs expliquent avoir vu la valeur de collections être multipliée par vingt en l'espace de six ans pour atteindre 10 M€. Bien que la taille de ces collections d'art contemporain reste pour majorité modeste – 60 % comptent moins de 150 œuvres révèle l'étude commandée à l'universitaire Nathalie Moureau par Axa en 2016 – leur valeur n'en est pas pour autant négligeable. Liés à l'inflation de l'art contemporain (1 800 % de croissance des prix de l'art contem-

FOCUS SUR

La collection Hiscox ou l'art de rendre tangible l'immatériel

Hiscox détient une collection d'entreprise démarrée en 1970 par Robert Hiscox, riche d'un millier d'œuvres exposées dans les quarante bureaux du groupe, parallèlement à une activité de mécénat du monde de l'art. Nicolas Kaddèche, directeur du département *Fine Art* d'Hiscox, explique comment elle l'accompagne et enrichit sa mission d'assureur : « *J'aime l'art, j'en profite au quotidien dans nos bureaux mais je ne suis pas un connaisseur en art, seulement en assurance et valorisation des œuvres. L'importante collection entamée par notre fondateur esthète Robert Hiscox fait vivre notre métier et lui donne du sens. Ces œuvres contemporaines signées David Hockney, dont trois viennent d'être acquises en octobre, ou John Baldessari, nous aident dans la compréhension de l'émotion du client au moment du sinistre. L'indemnisation ne se borne pas à des considérations techniques, il faut comprendre le client et sa manière de vivre sa collection. Grâce à notre collection, l'art imprègne notre métier et nous incarne par le biais d'objets dérivés (calendrier, cartes de vœux...). C'est pour cela qu'elle est au plus près de nos collaborateurs. Ce n'est pas anodin qu'au moment de l'installation de nos nouveaux bureaux au Luxembourg, les œuvres d'art aient été parmi les premières à arriver ! Nous exerçons un métier très abstrait, sans production matérielle. Voir cette collection qui croît, c'est aussi assister à notre propre croissance.* »

porain en quinze ans), ces fonds capitalisent entre 100 000 € et plusieurs millions d'euros. Cette thésaurisation s'accompagne de leur structuration. « *Les entreprises ont beaucoup évolué et ont pris conscience de leur patrimoine, ainsi que de son pouvoir à valoriser leur image,* témoigne Tania Bensoussan-Arthur chez Axa XL. *Cette évolution s'accompagne d'une prise de conscience en matière de conservation, donc de protection, donc d'assurance.* » « *Depuis 2010, nous sommes de plus en plus sollicités pour l'assurance des collections d'entreprise en plein essor,* poursuit Guillaume Sérinet, lui aussi

au département Art & Lifestyle d'Axa XL. *Or, nous nous sommes rendu compte que nous en connaissions mal les contours. Nous avons donc lancé cette enquête en 2016 afin de mieux appréhender leurs risques et besoins spécifiques. Grâce à cette connaissance, nous avons adapté les garanties en conséquence.* »

MARCHÉ À FORT POTENTIEL

« *Nombre de dirigeants pensent que leurs objets d'art sont suffisamment protégés, craignent de mettre en lumière une collection (trop) fortement valorisée et de devoir payer une prime importante. Ces collections demeurent donc un marché à fort potentiel, surtout à une époque où les entreprises font de l'art un vecteur de communication et d'image, notamment avec la création de fondations d'entreprise* », explique Rodolphe Burdy chez Allianz France qui cible en priorité cette clientèle d'entreprises pour lancer sa nouvelle branche *Fine Art*. Il n'est pas le seul à vouloir se partager le gâteau des collections d'entreprise aux côtés d'acteurs traditionnels »



« *Le dommage le plus récurrent reste celui du bris ou de l'endommagement par le personnel d'entretien, pas toujours sensibilisé à la spécificité des œuvres d'art.* »

RODOLPHE BURDY
Allianz



« Avec les contrats généralistes, le diagnostic d'assurance est **peu évident**. Les plafonds sont souvent trop bas, incluant parfois les œuvres d'art dans la franchise. »

NICOLAS KADDÈCHE
Hiscox

» comme Axa Art (devenu Axa XL Art & Lifestyle) ou Hiscox. Stéphane Jean, directeur des souscriptions clients entreprises d'Allianz France, corrobore le constat d'un puissant marché en perspective : « On considère que la moitié des collections ne sont pas ou mal assurées. 40 % des collections d'entreprise sont dans des PME, notre cible principale chez Allianz France, où notre vocation est de pouvoir intervenir en complément de produits traditionnels d'assurance, de nos autres branches de dommages aux biens traditionnels. » Toutefois, Patricia Naudan, commanditaire de l'étude Axa sur les collections d'entreprise, nuance : « Il n'y a pas d'entreprise type qui ne s'assure pas. Dire que les PME ne s'assurent pas est une idée reçue. » Ce fort potentiel est d'autant plus prometteur que, selon Stéphanie de Montricher chez Liberty, il restera réservé au marché des assureurs hexagonaux : « Les montants ne sont pas assez élevés pour aller sur les marchés anglais. Or, aujourd'hui, nous sommes peu d'assureurs spécialisés à même de répondre à leurs demandes. »

FAIBLE SINISTRALITÉ

Comme un bonheur n'arrive jamais seul, les collections d'entreprise sont réputées pour la rareté des sinistres malgré des problématiques liées au stockage souvent peu adapté, ou des risques à prévoir de vandalisme dans les cas de crises sociales. « La sinistralité n'est pas

importante, constate Rodolphe Burdy. Même si on assiste à une recrudescence des vols de métaux, et donc de la découpe d'œuvres monumentales en bronze dans la nuit en vue de leur fonte, le dommage le plus récurrent reste celui du bris ou de l'endommagement par le personnel d'entretien, pas toujours sensibilisé à la spécificité des œuvres d'art. »

Le cas le plus épineux reste celui des collections patrimoniales des grandes marques de vins et spiritueux, constructeurs automobiles ou maisons de haute couture qui ont conservé leurs archives et créations anciennes. Si elles ne représentent qu'un tiers de la totalité des collections d'entreprise, selon Nathalie Moureau, elles sont aussi les plus pléthoriques avec souvent plus de 3 000 œuvres. La diversité de leur patrimoine demande une parfaite connaissance pour mieux apprécier le risque et ses garanties (déchirure d'une robe de haute couture par exemple). Mais Hermès ou Perrier-Jouët, qui ont refusé de répondre à nos questions, ont-ils le bon niveau de sensibilisation sur l'intérêt de leur fonds et de son assurance ? « On se rend compte que la gestion de la collection est plus problématique chez les collections patrimoniales que chez les collections artistiques qui présupposent une démarche active d'acquisition d'œuvres d'art, constate Liberty. Ce qui conduit logiquement à leur sous-assurance, d'autant plus qu'il n'est pas évident de valoriser un patrimoine ancien sans preuve

d'achat comme du matériel de cinéma historique. » Les chiffres corroborent ce constat : selon Nathalie Moureau, les collections patrimoniales ne sont que 32 % à bénéficier d'un contrat d'assurance spécifique (et 15 % sans aucune couverture) contre 48,5 % pour les collections artistiques.

« Beaucoup de collections sont assurées au sein d'une couverture « tout sauf bureau » qui ne prend pas en compte la spécificité des œuvres d'art, explique Hélène Gury, directrice technique art & précieux chez Albingia. Nous devons sensibiliser sur les risques particuliers liés aux objets de valeur. » En écho, Nicolas Kaddèche, directeur des souscriptions Fine Art chez Hiscox, alerte : « Le diagnostic d'assurance est peu évident. Les plafonds sont souvent trop bas, incluant parfois les œuvres d'art dans la franchise, avec le plus souvent des contrats en péril dénommé qui excluent la casse, la dépréciation, peuvent appliquer la vétusté, restent flous sur la question du remplacement au choix de la compagnie ou du client... Ces assurances généralistes écartent aussi des conseils et du réseau d'un assureur spécialisés qui en gestion de sinistre aura le bon restaurateur, le bon

transporteur, etc. Nous avons souvent affaire à des amateurs passionnés, mais en tant qu'actif d'une société il est important que la collection soit gérée de manière rationnelle. »

L'ART DE LA CONFUSION

De cette sous-assurance découle une difficulté à laquelle sont confrontés les assureurs qui décident de se lancer sur ce marché. « Sans prise de conscience de l'intérêt de la collection, ses contours sont souvent mal maîtrisés par l'entreprise dépourvue d'inventaires, méconnaissant les localisations (problématique pour les grands groupes mutualistes qui diffusent les œuvres dans leurs bureaux en région par exemple), méconnaissent les valeurs. Ignorant leur statut, certains chefs d'entreprise partent à la retraite avec... », remarque Hiscox. Ce va-et-vient entre propriété de l'entreprise et celle du dirigeant est un véritable écueil auquel il convient de faire attention à la souscription. Ainsi, nombreuses sont les collections dont la propriété joue sur la confusion : la fondation Emerige sur l'Île Seguin devrait exposer la collection personnelle de Laurent Dumas, la collection de la fondation Louis Vuitton est celle de LVMH, tandis que »

FOCUS SUR

Louer plutôt qu'acheter

Le phénomène est aussi récent que riche de perspectives. L'entreprise soucieuse de se doter d'une nouvelle image auprès de ses collaborateurs, clients ou prospects peut désormais se tourner vers la location d'œuvres d'art avec option d'achat. Les sociétés du secteur fleurissent. Parmi elles, Bail art a conseillé depuis 2009 plus de 500 entreprises, et financé 3,4 M€ d'œuvres d'art en 2017 (soit une croissance à faire blêmir d'envie de 20 % par rapport à 2016). Sans apport personnel, l'entreprise bénéficie d'une collection dont l'investissement est lissé sur plusieurs mois par le truchement de loyers considérés comme des charges d'exploitation entièrement déductibles du résultat imposable, tandis que la TVA est récupérée. Autre société, We Art Partners propose à titre d'exemple des traites de 280 €/mois sur trente-six mois pour une œuvre estimée entre 10 000 et 12 000 €. En fin de contrat, la société peut se porter acquéreur de l'œuvre moyennant une somme proportionnelle aux loyers inscrite au contrat. Ce fonctionnement particulièrement adapté à la vie d'une entreprise est donc en plein essor. Dans ces cas, ce sont ces prestataires de services qui se chargent de toute la logistique dont l'assurance.

» Lafayette anticipations-fondation d'entreprise Galerie Lafayette est un modèle hybride qui mêle collection d'entreprise et la collection privée de Ginette Moulins mise sous forme d'un fonds de dotation. « *Il faut être vigilant sur la propriété de la collection, même s'il est possible de faire un contrat qui prévoit la libre circulation entre la propriété personnelle du dirigeant et les bureaux* », prévient Tania Bensoussan, chez Axa XL. Tandis qu'Allianz France estime que « *pour les PME, la difficulté est que la collection est souvent celle du dirigeant qui achète en son nom mais l'expose dans les bureaux. Même si les garanties œuvres d'art sont identiques pour un contrat de particuliers ou d'entreprises, les risques et donc l'approche technique sont différents. Le taux applicable d'un contrat de particulier est plus élevé* ». La connaissance fine du client est donc essentielle, mais compliquée par l'hétérogénéité des acteurs. « *On passe*



Jean-Luc Moulène, « Body vs Twizy », 2011, métal résine époxy, mousse polyuréthane, peinture industrielle 140 x 230 x 100 cm © ADAGP, Paris, 2018, photo Georges Poncet. Œuvre faisant partie de la collection d'entreprise Renault, exposée à la Fondation Clément en Martinique jusqu'au 17 mars.

du dirigeant de PME qui a développé une affinité avec l'art, aux entreprises qui créent leur propre fondation [tel Martell à Cognac, NDLR] », remarque Albingia. Pour l'assureur, le différentiel réside dans l'existence ou non d'un poste de curateur pour gérer le fonds à temps plein et qui connaîtra les besoins de sa protection. « *Comparativement à un musée, l'approche tarifaire est différente avec un risque plus élevé en entreprise qui ne va pas forcément intégrer des mises à distance, des vitrines...* », analyse Allianz France. *Nous devons connaître la nature des œuvres et leur lieu de conservation (un réfectoire avec ses variations de températures et d'humidité n'entraîne pas les mêmes risques qu'un bureau, ou que les passages récurrents dans un couloir plus sensible au vol). Ainsi, nous faisons du sur-mesure, formulons des recommandations sur le contrat et adaptons les garanties en périls dénommés aux types d'objets*. Pour Nicolas Kaddèche : « *Malgré la diversité du risque avec ou sans conservateur par exemple, nous proposons chez Hiscox un contrat global, avec un forfait*

pour les nouvelles acquisitions à régulariser chaque année, parfois annexé à la liste des principales œuvres. L'essentiel est souscrit en valeur agréée, et dans certains cas en valeur déclarée avec un plafond par objet. » Et selon Stéphanie de Montricher chez Liberty : « *Les approches de la collection d'entreprise sont diverses aussi car ces fonds sont toujours en évolution. Sur ce marché assez récent, depuis cinq ans environ, la réflexion assurantielle est toujours en cours.* »

RETOMBÉES MÉDIATIQUES

La collection d'entreprise est ainsi devenue en quelques années un outil corporate et un enjeu majeur de management, de publicité et parfois même de rentabilisation fiscale. La plupart sont ainsi rattachées à la direction de la communication, comme celle de la Société générale, dont la directrice Aurélie Deplus reconnaît l'utilité de ce levier : « *Le secteur bancaire a souffert ces dernières années. Or, l'ouverture de notre collection au public depuis 2014, avec l'accueil de groupe scolaire, contribue à une meilleure image en interne et en externe en participant à la*

vie locale du siège. » Ainsi, d'un ensemble d'œuvres accrochées dans le bureau du PDG, les collections d'entreprise sont devenues de véritables machines à exposition. À titre d'exemple, alors que les malles Vuitton investissaient le Grand Palais à Paris en 2016 dans une exposition sur la bagagerie de luxe, les Vasarely, Dubuffet et Arman de la collection Renault s'exposent à la fondation Clément en Martinique jusqu'au 17 mars. De manière générale, Nathalie Moureau estime que deux tiers des entreprises organisent des événements et bénéficient ainsi de retombées médiatiques. « *Le produit d'assurance doit s'adapter à l'activité de l'entreprise. Nous devons nous intéresser à la destination de la collection. L'approche du risque ne sera pas la même si l'œuvre reste dans un bureau ou si elle est exposée au public* », explique Guillaume Sérinet chez Axa XL. Et sa collègue Tania Bensoussan de surenchérir : « *Leur transport s'est énormément développé pour des shootings à visées marketing ou presse ou des expositions temporaires, y compris à l'international. Aujourd'hui, Axa XL a la capacité d'émettre des programmes internationaux avec des garanties en accord avec les législations locales.* » Dernier phénomène qui bouscule l'appréhension du secteur : le fort développement des collections en leasing (lire encadré p. 44). « *Le leasing pose le problème du roulement des œuvres, et de la visibilité que nous avons sur ces mouvements*, constate Rodolphe Burdy. *Il faut donc pouvoir bénéficier d'une transparence totale de la part de l'entreprise, qui par ailleurs n'est pas le bénéficiaire de l'indemnisation en cas de sinistre mais bien le propriétaire de droit.* » Derrière leurs aspects lisses et prometteurs, les collections d'entreprise sont le paradigme d'un secteur en perpétuel changement, auquel l'assureur se doit d'être attentif. ■



« *Il n'y a pas d'entreprise type qui ne s'assure pas. Dire que les PME ne s'assurent pas est une idée reçue.* »

PATRICIA NAUDAN
Axa XL