

Le marché de l'art

Type de contenu : Texte

Titre(s) : Le marché de l'art [texte imprimé] / Jean-Marie Schmitt ; Antonia Dubrulle

Auteur(s) : Schmitt, Jean-Marie

Autre(s) auteur(s) : Dubrulle, Antonia

Editeur, producteur : Paris : la documentation française, 2014

Description matérielle : 421 p.

ISBN : 330-3-331-95390-6

Résumé ou extrait : Quelles perspectives pour le marché de l'art français dans un contexte de profondes mutations économiques et culturelles ? / Pistes d'évolution dans cette étude, à jour des tout récents développements internationaux / Singularités du marché de l'art / Biens et échanges / Principaux acteurs du marché / Autres protagonistes du marché / Interventions de l'État et des collectivités territoriales. En 2014, le marché mondial de l'art est sorti de la crise de 2007-2008 transformé par les effets de la mondialisation, au premier rang desquels l'émergence spectaculaire de la Chine. Le marché français, confiné dans ses particularismes et souffrant de plusieurs handicaps (fragmentation institutionnelle et interprofessionnelle, multiplicité des opérateurs, faible compétitivité fiscale...), semble être resté en marge des grandes mutations en cours. Il est cependant soumis à des changements, en particulier la poussée de l'art contemporain : de fait, l'action notamment des galeries et de nombreux artistes qui travaillent en France pourrait l'insérer dans les développements de l'économie créative. Cette deuxième édition de l'ouvrage offre un tour d'horizon complet. En approfondissant les évolutions actuelles, elle pointe les atouts que la France pourrait exploiter. En contrepoint, sont présentés des aperçus du marché chinois, qui partage des similarités institutionnelles avec l'Hexagone.

Sujet(s) : Art
Commerce
marché de l'art