

## **Rapport Annuel 2021**

Comme l'année précédente, l'année 2021 a de nouveau été marquée par Corona. L'activité de l'Association Marché d'Art Suisse (AMAS) a donc été très largement consacrée à la lutte contre les répercussions financières de la crise COVID sur le secteur.

Fin janvier 2021, Andreas Ritter, directeur de l'AMAS, a représenté l'association dans le cadre de la foire d'art **ArtGenève** lors de la **conférence annuelle des professionnels organisée par la Fondation pour le droit de l'art de Genève** (cette année via Zoom). Les exposés ont porté sur la "nouvelle normalité" découlant des effets de la pandémie mondiale de Covid 19 sur le marché de l'art et ses pratiques. Les discussions ont porté sur les nouvelles méthodes de communication et de traitement des transactions, les nouvelles opportunités, mais aussi les nouveaux défis et les risques. Les développements dans le domaine de la lutte contre le blanchiment d'argent (y compris l'UE, le Royaume-Uni et les États-Unis) ont été abordés. Les présentations ont donné des impulsions pour l'orientation actuelle et future des activités de l'association ainsi que pour le projet de transformation en cours (voir à ce sujet les remarques détaillées ci-après). A l'issue de la conférence, le directeur général a pu représenter l'AMAS dans le cadre d'une session de réseautage numérique et répondre aux questions.

Au cours des premiers mois de l'année civile, de **nombreuses questions ont été posées par des médias électroniques et imprimés** sur la situation des acteurs du marché de l'art au cours de la deuxième année de Covid.

Au printemps 2021, sur la base de la conférence téléphonique de l'année précédente avec la direction de l'OFC, les discussions avec le partenaire technologique approprié **4ARTechnologies AG**, Zug, ont été poursuivies afin de déposer une demande pour un **projet de transformation**. La direction et le comité ont formulé cette demande comme une tentative de contrecarrer, par des subventions, les goulots d'étranglement dans le commerce de l'art et en particulier dans les galeries, dus à la crise de Corona. Une demande de soutien de nouveaux modèles commerciaux numériques devait être déposée auprès du canton de Zurich, siège de l'association. Au printemps 2021, la direction a donc élaboré, en collaboration avec le partenaire technologique, une demande détaillée qui a été mise à la disposition du comité directeur. La demande a été déposée pour la première fois en avril 2021 et a été provisoirement rejetée par décision préalable du 7 septembre 2021. La décision de rejet a été motivée par le fait que les critères de contenu n'étaient pas (encore) suffisants et qu'il manquait l'intégration d'évaluations techniques de marketing (en particulier le benchmarking international, l'analyse des besoins, etc. Il s'en est suivi divers entretiens téléphoniques avec le service culturel du canton de Zurich ainsi que des zooms bimensuels avec le partenaire technologique afin de poursuivre et de concrétiser le projet, notamment pour discuter de présentations plus détaillées dans les domaines critiqués par le service culturel dans sa décision.

Lors de la réunion du comité directeur de mai 2021, il a été décidé de réaliser une **enquête en ligne** sur l'activité commerciale des membres de l'association pendant la pandémie, dans le but de pouvoir établir des statistiques qui serviraient d'argumentaire auprès des autorités pour justifier les besoins financiers, notamment des galeries de programmes. La participation s'est avérée très modeste et peu significative, ce qui a obligé l'AMAS à recourir à d'autres moyens.

En juin 2021, Andreas Ritter a participé, sur invitation de la banque **Maerki Baumann & Co. AG** a participé à la table ronde en livestream sur le thème "**Digitalisierung im Kunstbereich**" - avec Mark van Huisseling (modérateur), Dr. Carole Schmied-Syz, Sabine Schaschl et Prof. Les discussions ont porté sur les effets de la pandémie dans le contexte de la numérisation croissante de la société et sur le commerce et la consommation d'art. Ici aussi, l'attention a été attirée sur le besoin croissant d'une plateforme numérique, notamment pour les galeries de programmes. **Un article sur le thème „Schöne neue digitale Kunstwelt?“** a déjà été publié.

Dans le cadre de la préparation de la demande de reconsidération du projet de transformation, différents autres partenaires de coopération ont été évalués. Des entretiens ont notamment été menés avec la société Kerberos Compliance-Managementsysteme GmbH, qui dispose d'un produit intéressant dans le domaine de la prévention du blanchiment d'argent et qui a déjà atteint sa maturité sur le marché allemand. **L'application web "LegeArtis"** permet de soumettre les acheteurs potentiels d'œuvres d'art à un contrôle de conformité via une plateforme numérique, afin de pouvoir donner au vendeur, dans un délai

raisonnable et dans le cadre des dispositions de plus en plus strictes en matière de blanchiment d'argent, le "feu vert" pour conclure des transactions en toute sécurité juridique (contrôle KYC). Outre l'intégration d'un autre partenaire de coopération technologique dans le projet de transformation, les entretiens ont permis aux membres de l'association d'avoir accès à de nouveaux outils technologiques attrayants et fonctionnels à des conditions avantageuses.

Au cours de l'année sous revue, le directeur a continué d'écrire à l'**Office fédéral de la culture (OFC)** au nom de l'AMAS pour lui demander de soutenir le commerce d'art et d'antiquités suite aux mesures COVID. Andreas Ritter a ensuite mené des entretiens approfondis avec des membres de la direction de l'OFC, au cours desquels les mesures COVID dans le domaine de la culture ont bien entendu été au premier plan des discussions. Là aussi, des impulsions importantes ont été données pour le dépôt complémentaire du projet de transformation auprès du service cantonal de la culture.

Des prises de contact répétées avec **Pro Helvetia** ont eu lieu en 2021, dans le but de renforcer la prise de conscience de la nécessité de soutenir les artistes et les galeries suisses.

En raison de la situation due à la pandémie de COVID, il a fallu renoncer, en 2021, deuxième année de crise, à la réunion annuelle prévue en automne. L'accent a donc été mis sur la **communication avec les associations membres ou les membres via les canaux numériques**.

Au cours de l'année, le nouveau **site web** lancé en 2019 a fait l'objet d'une maintenance afin de corriger des erreurs en arrière-plan. La **lettre d'information** de l'AMAS, qui paraît plusieurs fois par an (l'objectif étant de la publier tous les trimestres), a continué d'envoyer en 2021 un résumé des activités de l'association, des informations sur les manifestations partenaires en Suisse et à l'étranger, ainsi qu'une revue de presse sur les développements nationaux et internationaux actuels dans les cinq dossiers clés de l'association. Les dossiers "Corona" et "Divers/Numérique", ajoutés en 2020, ont été maintenus en 2021 afin de mettre en évidence les développements dignes d'être mentionnés et de mettre les membres à jour dans le domaine des nouvelles technologies. Par ailleurs, le site web de l'AMAS a fourni des informations actualisées sur les possibilités de soutien financier suite à la crise COVID.

En accord avec le comité directeur, la direction a finalement déposé fin novembre 2021 une **demande de reconsidération du projet de transformation**, qui a été acceptée au printemps 2022 par le service cantonal de la culture.

Au cours de l'année civile, des membres des quatre associations ont reçu, sur demande, des **conseils juridiques** sur différentes questions juridiques (allant du droit du travail, du droit de location, du droit d'auteur jusqu'aux questions fiscales et douanières).

Enfin, avant la fin de l'année, le directeur a réussi à convaincre **Helvetia Assurances Suisse SA**, assureur suisse toutes branches actif au niveau international pour les objets d'art et de collection ainsi que pour les biens culturels, de **sponsoriser** l'exposition pour les années 2022-2024 en lui accordant un soutien annuel de 10'000 francs à chaque fois. Les discussions avec les sponsors existants (Haas & Cie) ainsi qu'avec de nouveaux sponsors potentiels se sont également poursuivies.

13 mai/17 juin 2022/AR/RG