


 Banque & Finance
 1211 Genève 11
 022/ 809 94 60
 www.banque-finance.ch

 Genre de média: Médias imprimés
 Type de média: Presse spécialisée
 Tirage: 9'500
 Parution: 7x/année

 N° de thème: 844.3
 N° d'abonnement: 844003
 Page: 57
 Surface: 30'205 mm²
ART

Faux: marché interlope?

MICHEL REYMONDIN

Expert en œuvres d'art



@ michelreymondin@bluwin.ch

Une affaire médiatisée lausannoise, courant juin, nous a rappelé que le secteur économique de l'art n'est pas épargné par la problématique du faux dans les œuvres. Nous parlons plus souvent de marques plagiées chez les maroquins ou les horlogers, qui utilisent le terme de contrefaçons. Ici, si l'usage du faux en peinture est réel, il faut néanmoins nuancer la portée fâcheuse de ce type de pratique hautement préjudiciable.

Les exemples nous montrent une constante. Les prix payés par les acquéreurs de faux se situent rarement au-dessus des 30% de la valeur du marché. Ces acquisitions radines participent à l'incitation d'un usage mercantile, où seul le profit reste la motivation première des deux parties. Les batailles juridiques en découlant relèvent systématiquement cet aspect inique de la transaction. L'homme est ainsi poussé dans son orgueil à croire qu'il serait l'heureux bénéficiaire d'une manne tombée du ciel à son profit. Cette psychologie puérile provoque l'émergence récurrente de quelques affaires de faux tableaux terminant toujours leurs courses dans le caniveau des bassesses pathologiques, où les diffé-

rents protagonistes tentent de se rejeter la responsabilité dans un concert malsain de mauvaise foi réciproque.

Cet usage n'est pas nouveau. Les premiers faux en œuvres d'art remontent en l'an 1600 avant J.-C., lorsque les Phéniciens imitaient les poteries égyptiennes recherchées par les commerçants égéens. Ne maîtrisant pas le hiéroglyphe, la supercherie a été tardivement découverte dans les années 1950. Les musées ont ainsi pu mesurer toute la vigilance à porter à ces témoignages de nos civilisations antiques. Nous nous sommes retrouvés avec un décalage d'un millier d'années entre les objets présentés. Vu l'historique des copies, celles-ci ont, entre-temps, pratiquement rattrapé la valeur des originaux! Cette note souriante ne doit pas minimiser les conséquences négatives de tels agissements.

Le rôle de l'expert

C'est dans ce contexte que le rôle de l'expert intervient et prend tout son sens (ne pas confondre l'expertise en valeur marchande délivrée par une société d'enchère avec le certificat d'authenticité). Ce dernier a les outils nécessaires pour démonter toute la mécanique perverse de ce système, et parvient à restituer chaque œuvre dans son contexte. Il peut s'appuyer sur la connaissance des arcanes de renseignements fournis par l'ensemble de la profession. Ainsi que sur les nombreux ouvrages et sites de référence qu'il maîtrise parfaitement.

Heureusement, un collectionneur sérieux fait souvent appel à ses services et ce dernier peut intervenir efficacement, tant en amont qu'en aval de la transaction. Même si on peut lui reprocher souvent de casser un rêve ou une illusion, il permet au moins aux intervenants de ne pas sombrer dans un cauchemar!

Pour mémoire, rappelons les affaires récentes ayant parfois suscité la rédaction d'ouvrages telles l'affaire Ferdinand Legros, les faux Vermeer de van Meegeren, les faux Chagall qu'accompagnaient de faux certificats, l'affaire Elmyr de Hory avec ses Modigliani, et celle des faux Bosshard démantelés à Lausanne grâce à la vigilance d'un inspecteur de la sûreté, féru et passionné d'art. Dans ce contexte, on ne parle pas du nombre incroyable de signatures apocryphes apposées sur des tableaux parfois vrais, et que les détenteurs font signer pour mieux identifier leurs œuvres. Ou de la confusion entre différents peintres aussi longtemps que ceux-ci ne sont pas proposés sur le marché, de façon volontairement criminel.

En chiffres, le pourcentage transactionnel des faux, toutes transactions d'œuvres d'art confondues, représente 1‰ de l'ensemble des opérations. N'entrent pas dans ce calcul les vols, recels, escroqueries à l'assurance, etc. Cette proportion tend à augmenter en période de crise, mais si elle provoque momentanément une publicité négative, elle reste limitée dans un cercle restreint d'individus

Date: 12.09.2011



Banque & Finance
1211 Genève 11
022/ 809 94 60
www.banque-finance.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse spécialisée
Tirage: 9'500
Parution: 7x/année

N° de thème: 844.3
N° d'abonnement: 844003
Page: 57
Surface: 30'205 mm²

seulement intéressé par le profit illusoire! C'est apparemment peu, mais lorsque l'on sait que quinze milliards de francs suisses ont été dépensés pour 2010, on arrive tout de même à 150 millions pour les faux. Et cela prend alors une toute autre proportion. C'est donc bel et bien un pour mille de trop! ■

Nota bene: Pour les lecteurs intéressés par cette rubrique, l'ouvrage intitulé «L'Art, miroir de la société» vient de paraître aux Editions Slatkine (445 pages, 35 francs). A commander directement: michelreymondin@bluewin.ch

