

# L'ART : UN OUTIL FISCAL & SOCIAL POUR LES ENTREPRISES

PAR GUILLAUME LUZÉ

*Quel point commun y-a-t-il entre les thématiques suivantes : décoration attractive et bureau nouvelle génération, RSE, mécénat, optimisation fiscale, diversification patrimoniale, gestion de trésorerie ? L'art. En effet, l'art a quelques qualités assez méconnues dans l'univers de l'entreprise, qui peuvent apporter de la valeur ajoutée et ce, à différents niveaux de gestion d'une entreprise.*

## MEILLEURE PRODUCTIVITÉ PAR L'ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL

Un des facteurs de compétitivité pris en compte par de plus en plus de dirigeants d'entreprise, notamment au sein des sociétés en forte croissance avec un univers concurrentiel bien présent, c'est leur capacité à attirer des talents pointus. Et ce, en valorisant leur société vis-à-vis de leurs collaborateurs, clients et candidats à l'embauche. Sans parler de la spécificité à motiver les générations Y (pour lesquelles la frontière entre vie professionnelle et personnelle est par nature poreuse), on constate une tendance de fond bien visible quant à l'amélioration du cadre de travail, et ce dans des industries très diverses (conseil, informatique, high tech, communication,...). Cela se concrétise par des espaces de travail chaleureux et flexibles, où l'esprit *lifestyle* est présent, en jouant sur les volumes et des espaces très complémentaires de travail, en utilisant du mobilier *design*, et notamment une décoration par l'art mural et sculptural. Bref, les spécialistes parlent de la réinvention de l'art de vivre au travail, pour le bien-être des collaborateurs... Nous sommes en plein dans certains critères de la RSE.

## DIMENSION PATRIMONIALE DE L'ART

Mais l'art ne se cantonne pas qu'à un simple rôle décoratif. Le marché de l'art, qui bénéficie depuis maintenant une dizaine d'années d'un développement notable à échelle internationale, permet d'appréhender l'art sous un angle patrimonial.



En effet, les marchés de l'art moderne et de l'art contemporain (autrement dit, de 1880 à nos jours et esthétiquement assez complémentaires l'un de l'autre) se caractérisent selon 4 critères principaux qui sont les suivants :

- il est abordable : 2/3 des œuvres du marché se vendent à moins de 5.000 €uros unitairement,
- il est en croissance : autant en volume d'œuvres vendues (5 fois plus d'œuvres depuis 2004) et en valeur unitaire (d'environ 7 % annuelle depuis 2004),
- il est liquide : 70 millions d'acheteurs internationaux réguliers sont présents sur le marché (on en comptait 500.000 dans les années 50),
- il est international : les places de marchés américaines et asiatiques sont dominantes, suivies du marché européen, avec Londres en tête.

Des qualités de marchés qui expliquent l'intérêt de nouveaux acheteurs, au-delà des collectionneurs historiques mués par la passion, considérant l'art sous un angle

patrimonial : jouir sur ses murs d'un actif physique décoratif et posséder un bien corrélé à d'autres paramètres que ceux qui régissent les marchés financiers. Puis, réaliser « éventuellement » que l'art acquis par raison, soit digne d'un réel intérêt, au point d'en développer sa connaissance les fins de semaine. Voire même, que l'artiste repéré 5 ans plus tôt et dont on a acquis une pièce, bénéficie désormais d'une notoriété européenne avec une croissance à 2 chiffres de ses prix de vente. Au point d'en envisager sa revente, voire sa transmission.

Et puis, sous l'angle de la diversification des actifs de l'entreprise, une fois acquis un certain niveau de maturité de l'entreprise et disposant d'une visibilité à terme du développement de ses affaires, la réflexion de l'acquisition de l'art peut avoir du sens, compte tenu des fondamentaux de ce marché.

## FISCALITÉ PRIVILÉGIÉE DE L'ART EN FRANCE

Afin de choisir le mode adapté d'acquisition, il convient de déterminer le ou les objectifs visés par l'entreprise.

Pour un budget égal ou inférieur à 400 euros TTC en valeur unitaire, les acquisitions passent en frais sans passer dans les amortissements. Dans ce cas, la motivation d'achat ne peut être que décorative, car très rares sont les œuvres à ce prix de vente, qui aient un réel intérêt patrimonial.

Ensuite et à partir d'un montant unitaire de plusieurs milliers d'euros permettant de viser un objectif patrimonial, deux modes d'acquisition sont possibles :

- La loi du mécénat : l'article 238 bis AB du Code Général des Impôts qui date de 2002, permet l'acquisition par les entreprises d'œuvres, suivant des conditions spécifiques. Le prix d'acquisition peut être déduit du résultat de l'exercice d'acquisition et des quatre années suivantes, par fractions égales. La déduction ainsi effectuée au titre de chaque exercice ne peut excéder la limite de 60 % de la valeur des acquisitions, dans la limite de 0,5 % du CA Hors Taxes. Sont concernées les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu, ainsi qu'à l'impôt sur les sociétés et les œuvres ainsi acquises sont inscrites à un compte d'actif immobilisé. Il s'agit obligatoirement d'artistes vivants et les œuvres doivent être exposées dans des lieux publics de l'entreprise (accueil, couloirs, salles de réunion).
- La location avec option d'achat (ou leasing) : dans le cadre de l'article 39-1 du CGI (régime de droit commun des charges déductibles - aménagement du cadre de travail)

permet à l'identique du financement de matériel informatique ou de mobilier, l'acquisition d'œuvres d'art par les entreprises via le leasing. Selon une durée au choix de l'entreprise de 24 à 60 mois, les loyers sont comptabilisés en charge et viennent donc diminuer le bénéfice imposable. A l'issue de la période de location, la levée de l'option d'achat (d'environ 5 % du montant des œuvres) une fois effective, induit le transfert de propriété des œuvres, de l'organisme financeur vers le locataire. Il s'agit ici de l'acquisition d'artistes vivants ou non, et l'exposition des œuvres dans des lieux publics de l'entreprise reste optionnelle.

## COÛT DE PROPRIÉTÉ D'UNE ŒUVRE

Les frais de conservation d'une œuvre sont minimes. Hormis la protection des UV (par un encadrement avec un verre dit « muséal »), notamment pour les œuvres sur papier (dessins, photos) de plusieurs décennies, le poste de charge à prévoir est principalement une assurance objets d'art. Le premier réflexe étant d'abord de parcourir sa police d'assurance existante, afin d'en vérifier son contenu et de se faire valider ensuite si une police dédiée objets d'art serait requise. Dans bien des cas où la valeur totale des objets détenus est faible, une police spécifique du fait de la couverture par le contrat en cours, n'est pas nécessaire.

## VALEUR AJOUTÉE DANS L'ACTE D'ACHAT

Compte tenu de l'offre pléthorique d'œuvres sur le marché, le choix de l'artiste est prépondérant, particulièrement lorsque l'on vise un objectif patrimonial au sein des actifs de l'entreprise. Un budget

d'acquisition à partir de plusieurs milliers d'euros et selon le nombre d'œuvres concernées, peut totalement justifier une réflexion pointue sur la typologie d'artistes et des œuvres idéales, de mixer ou non les périodes de l'art moderne et de l'art contemporain, voire même de sourcer des œuvres du 2<sup>nd</sup> marché (occasion) en sus de la sélection d'œuvres provenant de galeries.



**Guillaume Luzé**  
Conseil patrimonial en art

---

## LA PRESSE EN PARLE



### **Le Parisien -**

« Le leasing d'oeuvre d'art fonctionne comme une location. Chaque mois le client paye un loyer, sauf qu'il est prévu une option d'achat à la fin du contrat... »

## IDEAT

### **Ideat -**, n° 84

« Bail Art dont le financement est l'activité principale, propose aux avocats, médecins ou notaires, d'acheter meubles design et objets d'art en leasing. Moins chère grâce aux loyers défiscalisés, ce système offre un droit sur l'objet, cédé par la suite en pleine propriété au client. »



### **Décision Achat -** n°143

« Au lieu de payer des impôts, il m'a parut plus intéressant d'investir dans l'art contemporain »



### **TGV Magazine -** n° 139

« A l'arrivée une société [Bail Art], des clients (Consotel, SBPM, Swiss Life Banque Privée, TF1...) et une réussite malgré la crise »



**BFM Business et ITV** ont consacré trois interviews à Bail Art, 14 novembre 2010, 12 avril 2011 et 3 mai 2011, retrouvez les sur [www.bail-art.com](http://www.bail-art.com)