



HAL
open science

Les galeries dans la crise sanitaire

Nathalie Moureau

► **To cite this version:**

Nathalie Moureau. Les galeries dans la crise sanitaire. Comité Professionnel des Galeries d'art. 2021.
hal-04501937

HAL Id: hal-04501937

<https://hal.science/hal-04501937>

Submitted on 12 Mar 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

État des lieux

Les galeries CPGA
dans la crise sanitaire

(1^{er} janvier – 30 octobre 2020)

Rapport rédigé par Nathalie Moureau
Professeur des universités
Chercheur au Rirra21
Université Paul Valéry, Montpellier

Traitements statistiques par Olivier Mouate
Docteur en Sciences économiques
Chercheur au GRANEM
Université d'Angers

Enquête conçue par le CGPA

Sommaire

Introduction	5
1. Portraits de galeries	5
1.1 Caractéristiques démographiques	5
Âge	5
Géographie(S)	6
1.2 Profil artistique	7
Art contemporain, moderne et ancien	7
Proportion d'artistes vivants	7
Proportion d'artistes de la scène française	8
Les galeries sont-elles sexistes ?	9
1.3 Caractéristiques économiques	9
Marchés et chiffres d'affaires	9
L'emploi	11
Les charges	12
2. Les galeries CPGA face à la crise sanitaire	14
2.1 Les aides perçues	14
2.2 Impact de la crise sur le chiffre d'affaires et l'emploi	16
Impact sur le chiffre d'affaires	16
Les débouchés	20
L'emploi	20
3. Les galeries, le numérique et les entreprises	21
3.1 Le numérique	21
3.2 Les galeries et les ventes aux entreprises	23
En guise de conclusion	24
Les priorités annoncées de 2021...	24
Note méthodologique	26

Table des figures et des tableaux

Figures

Figure 1 Répartition par âge des galeries CGPA.....	6
Figure 2 Localisation des antennes de galeries ayant plusieurs implantations.....	6
Figure 3 Répartition des galeries CGPA en fonction du type d'art soutenu.....	7
Figure 4 Quelle répartition entre artistes vivants et morts ?.....	8
Figure 5 Quelle représentation des artistes de la scène française ?.....	8
Figure 6 Quelle représentation des artistes hommes ou femmes ?.....	9
Figure 7 Répartition des galeries par tranche de chiffres d'affaires.....	11
Figure 8 Nombre d'employés par catégories.....	12
Figure 9 Quel regard les galeries portent elles sur les charges.....	13
Figure 10 Les bailleurs des galeries.....	14
Figure 11 Aides reçues selon la tranche de chiffres d'affaires des galeries.....	15
Figure 12 Répartition du nombre d'aides perçues par tranches de CA des galeries.....	16
Figure 13 Variation 2019-2020 du chiffre d'affaires.....	17
Figure 14 Évolution du CA 2019-2020 selon les catégories de galeries.....	17
Figure 15 Évolution mensuelle du chiffre d'affaires 2019-2010.....	19
Figure 16 Les débouchés des galeries depuis mars 2020.....	20
Figure 17 Les galeries, les plates formes de ventes et de bases de données.....	22
Figure 18 Proportion de galeries vendant à des entreprises, professions libérales et pratiquant le leasing.....	23
Figure 19 Répartition des galeries vendant aux entreprises en fonction du poids de ces ventes dans leur chiffre d'affaires.....	23
Figure 20 Les priorités déclarées pour 2021.....	24

Tableaux

Tableau 1 Répartition des galeries par marchés (premier ou second).....	10
Tableau 2 Premier, second marché et chiffres d'affaires des galeries.....	10
Tableau 3 Répartition des galeries en fonction de la quantité de personnes employées.....	11
Tableau 4 Galeries ayant bénéficié de modulation de loyers.....	16
Tableau 5 Évolution de l'emploi dans les galeries au cours de l'année 2020.....	21
Tableau 6 Projet de refonte de site internet.....	21
Tableau 7 Représentativité de l'échantillon.....	27

Traits saillants

Caractéristiques économiques

Plus de la moitié des galeries (62%) ayant répondu à l'enquête a un chiffre d'affaires inférieur à un million d'euros, un peu plus d'un quart entre 3 et 5 millions d'euros et 12% plus de 5 millions d'euros

Au regard des déclarations des galeries, les charges les plus lourdes sont celles liées au loyer et au stockage, elles devancent les charges de personnel. Cela s'explique notamment par le fait que seulement 15% des galeries sont propriétaires de leurs murs. Les frais financiers et emprunts sont les charges qui pèsent le moins, traduisant une faible situation d'endettement auprès des banques.

Caractéristiques artistiques

La part des artistes vivants est largement majoritaire dans la palette des artistes représentés. 73% des galeries ont plus de 60% d'artistes vivants dans leur portefeuille d'artistes

Les artistes de la scène française sont assez largement représentés dans les galeries CGPA, 46% ont dans l'éventail des artistes qu'elles représentent plus de 60% d'artistes de la scène française.

Les galeries face à la crise

59% des galeries ont bénéficié d'une aide au chômage partiel, 48% du PGE et 45% du fonds de solidarité. Environ un tiers (32%) a bénéficié d'exonération de charges, 2% d'aides régionales. Bien que toutes les galeries aient bénéficié de ces aides, une plus grande proportion de moyennes et grosses galeries a bénéficié du chômage partiel, du PGE et d'exonération de charges ; la situation s'inverse pour le fonds de solidarité où les petites galeries sont proportionnellement plus nombreuses à en avoir bénéficié.

Un tiers des galeries (34%) n'a perçu qu'un seul type d'aide, un peu plus d'un autre tiers (36%) en a perçu deux, peu de galeries (9%) ont cumulé 4 types d'aides à la fois.

L'année 2020 a marqué un recul du chiffre d'affaires pour 78% des galeries. Un tiers environ (31%) déclare avoir eu une baisse de chiffre d'affaires de l'ordre de 25 à 50% et un autre tiers déclare une diminution de son chiffre d'affaires de plus de 50% par rapport à 2019.

Le soutien de structures publiques a été conséquent. Une galerie sur 4 a déclaré avoir vendu une ou plusieurs œuvres au CNAP, les musées ont également apporté leur soutien dans une même proportion. Pour les Frac, c'est une galerie sur cinq qui a pu compter un FRAC parmi ses acheteurs.

Environ 25% des galeries ont réduit la taille de leur équipe. Sur l'ensemble des galeries qui ont déclaré une diminution du nombre de personnes employées, 40% sont dans la tranche de chiffres d'affaires la plus faible et 34% dans la tranche de chiffres d'affaires la plus élevée, les 26,5% restant concernant des galeries situées dans la tranche de chiffres d'affaires intermédiaire

Les galeries et le numérique

Plus d'une galerie sur 4 a entrepris la refonte de son site au cours de l'année 2020, sans doute la fermeture physique des galeries du fait de la crise sanitaire n'est-elle pas étrangère à cette actualisation. Plus encore, 28% des galeries prévoient une refonte de leur site d'ici deux ans.

Les galeries sont peu adeptes des plateformes collectives de ventes, 40% d'entre elles ne disposent d'aucun abonnement, 60% ont un abonnement dont la moitié à une seule plateforme.

Ventes aux entreprises et professions libérales

83% des galeries déclarent vendre des œuvres à des professions libérales et 72% à des entreprises. Pour 37% des galeries, le poids des achats des entreprises est de 10 à 20% de leur chiffre d'affaires, voire plus pour les petites galeries.

Introduction

Avant que la crise sanitaire ne survienne, la position des galeries au sein du marché international était plutôt favorable. En 2019, leur poids relatif au sein du marché était en expansion (60%) tandis que celui des ventes aux enchères marquait le pas du fait de la nature plus spéculative de leur activité (40% en 2019 contre 46% en 2018). La crise semble avoir quelque peu modifié le tableau. Les maisons de ventes, moins dépendantes des rapports humains et structurellement mieux préparées au numérique ont réussi à limiter la baisse de leurs chiffres d'affaires grâce au développement des ventes en ligne et du gré à gré. Sotheby's a clôturé l'année avec un CA de 5 milliards de dollars de ventes, soit un recul de 16 % par rapport à 2019, contre 4,4 milliards pour Christie's et une baisse de 25 % (Martine Robert, Les échos, 30 déc. 2020). Selon le rapport établi par Clare Mac Andrew pour Art Basel à la fin du premier semestre, le choc sur les galeries a été plus important avec une baisse de chiffre d'affaires de 36% en moyenne au plan international. Mais il importe d'évaluer la situation au regard des évolutions qui sont intervenues au cours de l'été et à l'automne dernier. Les ajustements requis pour faire face à la crise demandent nécessairement du temps aux acteurs du marché que sont les galeristes dont le métier est organisé autour des rapports humains et des liens directs établis avec les acheteurs. Il ne serait pas surprenant par ailleurs que certains galeristes parviennent à tirer leur épingle du jeu, des collectionneurs pouvant préférer privilégier, du fait même de la crise, les transactions privées à la publicité des enchères.

Ce rapport propose un état des lieux de la situation des galeries françaises fin 2020 pour voir dans quelle mesure les mesures mises en place ont permis de limiter les effets négatifs de la crise. Il repose sur une enquête conduite fin novembre auprès des 279 adhérents du CPGA. La période d'activité couverte allait de janvier à fin octobre 2020, la baisse d'activité de novembre induite par la seconde période de fermeture des galeries n'est donc pas prise en compte dans les données. Le taux de réponse des galeries a été de 44%, soit 122 réponses exploitables. Chaque tranche de chiffres d'affaires est représentée dans l'enquête et si les taux de réponse des galeries appartenant aux tranches de chiffres d'affaires intermédiaires et supérieur ont été assez élevés, la présentation des données par tranche de chiffres d'affaires permet de proposer une image relativement fidèle de la situation.

1. Portraits de galeries

1.1 Caractéristiques démographiques

Âge

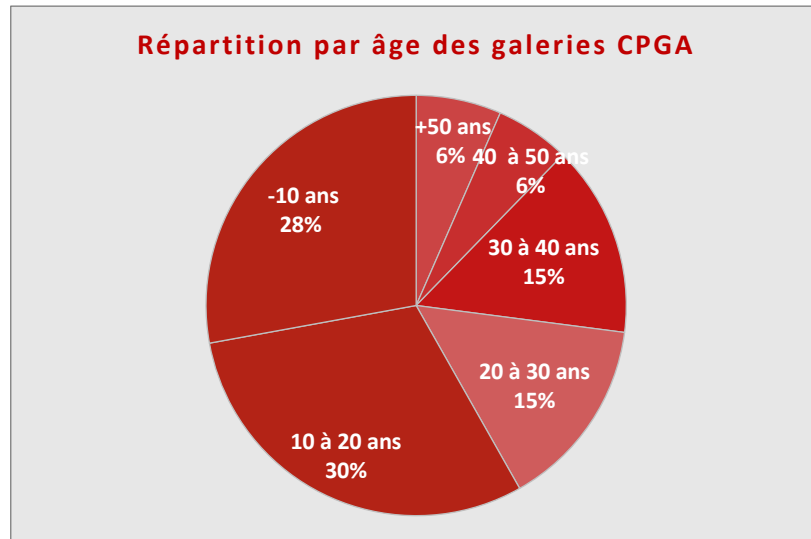
22 ans, tel est l'âge moyen des galeries CPGA au regard de l'enquête conduite. Une moyenne assez élevée¹.

Derrière cette moyenne de 22 ans, quelques spécificités : les galeries qui réalisent un chiffre d'affaires (CA) de plus de 3 millions sont plus âgées, en moyenne 32 ans, tandis que celles qui ont un CA de moins de 500 000 ont en moyenne 16 ans.

Pour autant, on peut trouver parmi les galeries âgées des structures ayant un CA peu élevé : 14% des galeries ayant un CA de moins de 500 000 euros sont nées entre 1970 et 1979 ; symétriquement on trouve quelques jeunes galeries dans la tranche de celles ayant un CA supérieur à 3 millions (17%).

¹ Nous retrouvons ici une moyenne d'âge identique à celle observée par Mac Andrew dans son rapport pour art Basel, où il est souligné que ce résultat est imputable au mode de collecte des données (galeries présentes en foires, syndicats de galeries).

Figure 1 Répartition par âge des galeries CPGA



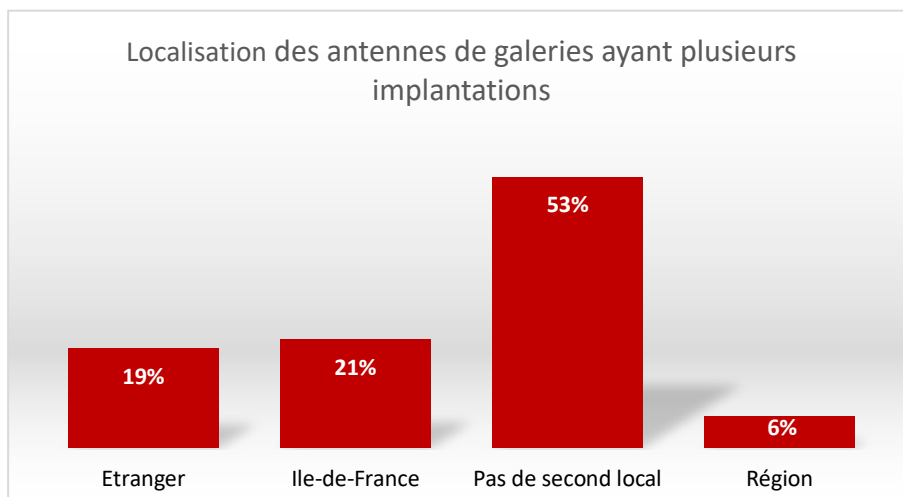
Guide de lecture : 28% des galeries ayant répondu à l'enquête ont moins de 10 ans

Géographie(S)

88,5% des galeries ayant répondu à l'enquête sont situées en Ile de France, 11,5% en région. Des données qui reflètent la structure des galeries membres du CPGA avec une forte représentation des galeries parisiennes.

La majorité des galeries (53%) n'ont qu'un seul établissement. Parmi celles qui ont une ou plusieurs antennes, rares sont celles qui ont choisi de s'implanter en région. La capitale semble plus attractive que l'étranger. 21% des galeries choisissent d'ouvrir une antenne en Ile de France et seulement 19% à l'étranger. Un choix qui peut surprendre, s'il est aisément compréhensible qu'il soit plus compliqué de développer une affaire à l'international que dans la capitale, notamment pour des raisons de logistique, en revanche s'implanter à l'étranger ouvre sur un marché bien plus large que ce que ne permet l'ouverture d'une seconde antenne à Paris.

Figure 2 Localisation des antennes de galeries ayant plusieurs implantations



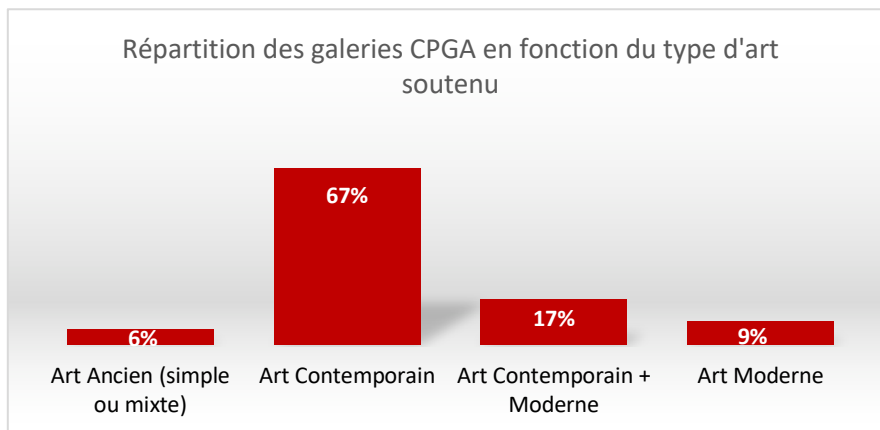
Sans doute y a-t-il une question de maturité, mais aussi d'assise financière, l'âge moyen des galeries ayant ouvert une antenne à Paris en plus de leur localisation principale est de 22 ans, il est de 28 ans pour celles qui ont un établissement en région et de 30 pour celles dont le, ou les autres établissements sont situés à l'étranger.

1.2 Profil artistique

Art contemporain, moderne et ancien

Selon les données de l'enquête, plus des 2/3 des galeries CGPA présentent exclusivement de l'art contemporain. Du fait de la politique d'élargissement conduite depuis quelques années par le CGPA, 6% des galeries membres interviennent dans le secteur ancien (ou mixte avec moderne et/ou contemporain). Les galeries centrées sur l'art moderne constituent 9% des effectifs, tandis que celles ayant une activité mixte moderne/contemporain 17%.

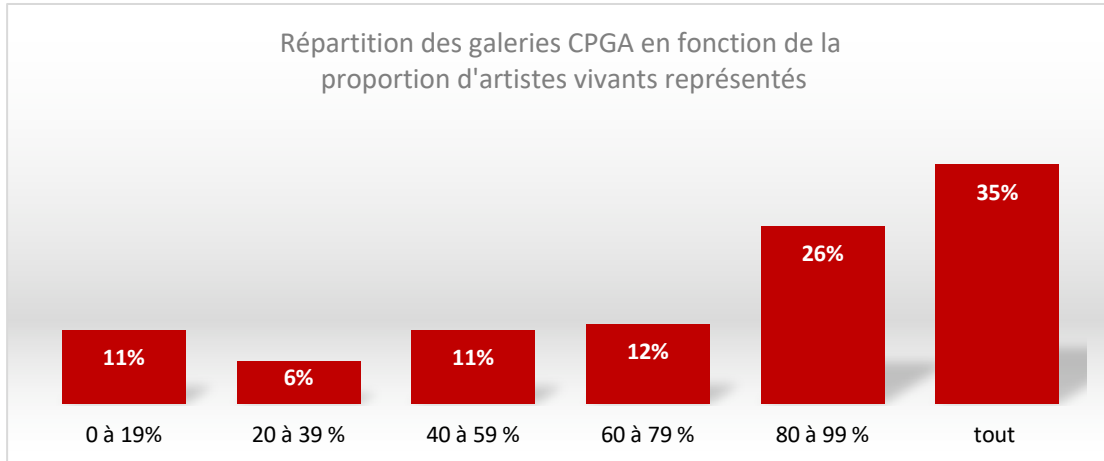
Figure 3 Répartition des galeries CGPA en fonction du type d'art soutenu



Proportion d'artistes vivants

Si la majorité des galeries CGPA sont dites d'art contemporain, les artistes décédés ne sont pas pour autant oubliés et sont représentés tant par les galeries d'art contemporain que par celles dites d'art moderne, voire ancien. Parmi les galeries CGPA ayant répondu à l'enquête, seules 35% représentent exclusivement des artistes vivants. Mêler artistes vivants et décédés permet aux galeries de diversifier leurs marchés et de jouer sur des phénomènes de compensation des risques. (Re)dynamiser le marché d'artistes décédés n'est pas une activité dénuée de risques mais l'incertitude est d'une nature différente de celle rencontrée avec des artistes vivants dont la production future n'est qu'à l'état de promesse. Travailler sur ces deux types de profil permet de lisser les affaires selon une logique de 'diversification de portefeuille' d'activité. La part des artistes vivants est très majoritaire dans la plupart des galeries puisque seulement 28% des galeries ont moins de 60% d'artistes vivants dans la palette des artistes qu'elles représentent.

Figure 4 Quelle répartition entre artistes vivants et morts ?

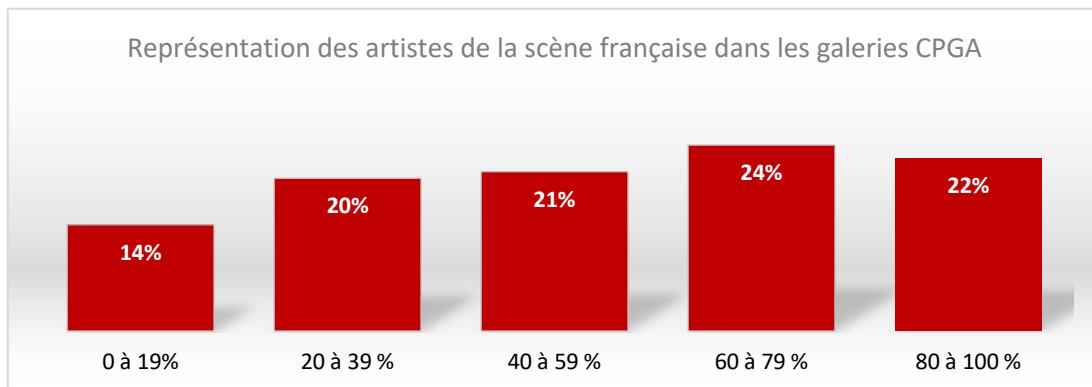


Guide de lecture : 26% des galeries ayant répondu à l'enquête comptent entre 80 à 99% d'artistes vivants dans la palette des artistes qu'elles représentent

Proportion d'artistes de la scène française

Les artistes de la scène française sont assez largement représentés dans les galeries CPGA ayant répondu à l'enquête. C'est ainsi que 46% des galeries ont dans l'éventail des artistes qu'elles représentent plus de 60% d'artistes issus de la scène française.

Figure 5 Quelle représentation des artistes de la scène française ?



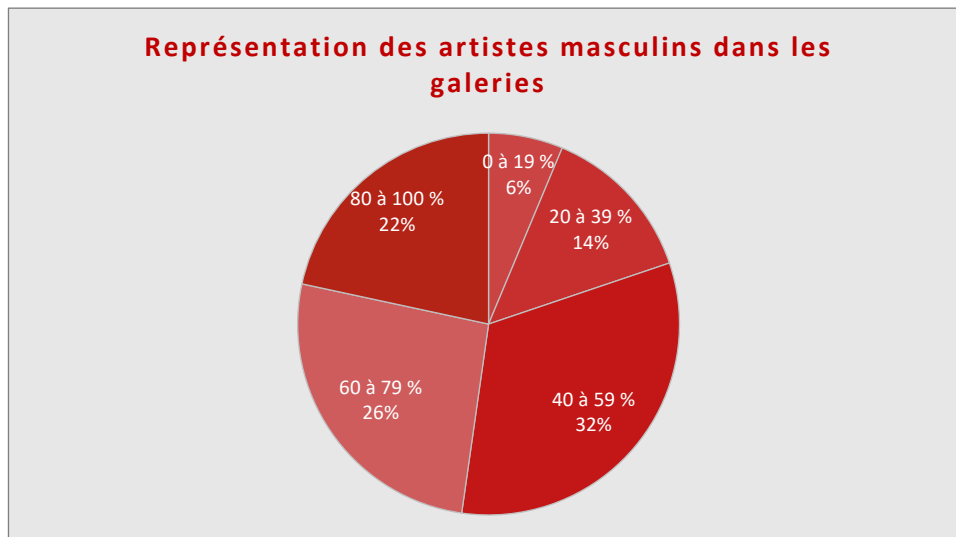
Guide de lecture : 14% des galeries ayant répondu à l'enquête comptent jusqu'à 20% d'artistes issus de la scène française dans l'éventail des artistes qu'elles représentent ; 22% de galeries en comptent plus de 80%

Les galeries qui représentent la plus forte proportion d'artistes français tendent à avoir des chiffres d'affaires inférieurs à leurs consœurs. Ainsi, tandis que 28,5% des galeries appartenant à la tranche de chiffres d'affaires la moins élevée (0 à 500 000€) déclarent avoir dans la palette d'artistes qu'elles soutiennent entre 80 et 100% d'artistes français, elles ne sont que 8,5% dans cette situation dans la tranche de chiffres d'affaires la plus élevée (plus de 3M€). Et si aucune des galeries situées dans la tranche de chiffres d'affaires la plus basse ne compte moins de 20% d'artistes de la scène française, 21% des galeries situées dans la tranche la plus élevée de chiffres d'affaires sont dans ce cas.

Les galeries sont-elles sexistes ?

La proportion d'artistes masculins est plus élevée que celle d'artistes féminines dans les galeries. Quasiment 50% des galeries ont plus de 60% d'hommes dans la palette des artistes qu'elles représentent. La représentation des femmes n'est pas pour autant ridicule, pour un tiers des galeries, il semble y avoir un relatif équilibre entre hommes et femmes et, pour 20% des galeries les artistes féminines sont majoritaires.

Figure 6 Quelle représentation des artistes hommes ou femmes ?



Guide de lecture : dans la palette des artistes représentés par 26% des galeries CGPA, entre 60 à 79% des artistes représentés sont de sexe masculin

Les galeries ayant le CA le moins élevé sont celles qui ont la plus forte proportion d'artistes femmes dans leur panel. Tandis que seulement un tiers d'entre elles représentent plus de 60% d'artistes masculins, c'est la moitié des galeries qui sont dans ce cas dans la tranche de chiffres d'affaires intermédiaire et 54% pour les galeries situées dans la tranche de chiffres d'affaires la plus élevée.

1.3 Caractéristiques économiques

Marchés et chiffres d'affaires

La plupart des galeries d'art contemporain faisant partie du CPGA déclare intervenir tant sur le premier que sur le second marché (61%). 32% des galeries déclare n'intervenir que sur le premier marché, une minorité (7%) intervient exclusivement sur le second marché.

On note ici une évolution conséquente depuis 20 ans. Dans l'enquête conduite en 2001 par Benhamou et alii. (2001) sur les galeries d'art contemporain, 78% déclarait n'intervenir que sur le premier marché. Il semblait mal vu, voire tabou, de dire que l'on intervenait sur le second marché. La situation semble totalement renversée aujourd'hui. Est-ce du fait d'un réel changement des pratiques ou d'une levée de tabou ?

Il est sûr que les pratiques de 'gestion de portefeuille d'artistes' ont été infléchies dans la période récente en faveur du second marché, avec la prise en charge croissante par les *galeries d'estate*, même si ceux-ci ne renvoient pas toujours nécessairement à du second marché. Mais cette évolution pourrait en grande partie s'expliquer par le format des enquêtes. Dans le cas présent, les galeries devaient indiquer sur une échelle allant de 1 à 10 dans quelle mesure elles intervenaient sur les deux marchés

ce qui a induit des réponses plus précises que dans les enquêtes précédentes où elles devaient directement se positionner entre « 1^{er} marché seulement », « 1^{er} et 2nd marché », « 2nd marché seulement ». Ce format appelait à choisir l'option la plus proche de leur situation et non la plus réaliste. Ici, l'agrégation des réponses les plus basses de l'échelle (0,1,2) donne un pourcentage de 63,5% galeries qui n'interviennent pas ou peu sur le second marché².

Au final, s'il semble bien qu'une évolution se soit produite depuis les années 2000 avec la tombée d'un tabou, celle-ci est moins importante que ce que ne donne à penser une première approche des résultats.

Tableau 1 Répartition des galeries par marchés (premier ou second)

Répartition des galeries CGPA par marché	
1er et 2nd marché (avec des pourcentages d'engagement sur le second marché très divers)	61%
1er marché	32%
2nd marché	7%

Le positionnement d'une galerie exclusivement sur le premier marché, sur les deux, ou uniquement sur le second n'est pas neutre en termes de chiffre d'affaires. La proportion de galeries intervenant exclusivement sur le premier marché étant bien plus élevée dans les galeries ayant un CA inférieur à 500 000 euros (46,5%) que dans les autres galeries (21,4% pour les galeries ayant un CA entre 500 000 et 3M) et 3% 16,7% pour les galeries ayant un CA supérieur à 3M).

Tableau 2 Premier, second marché et chiffres d'affaires des galeries

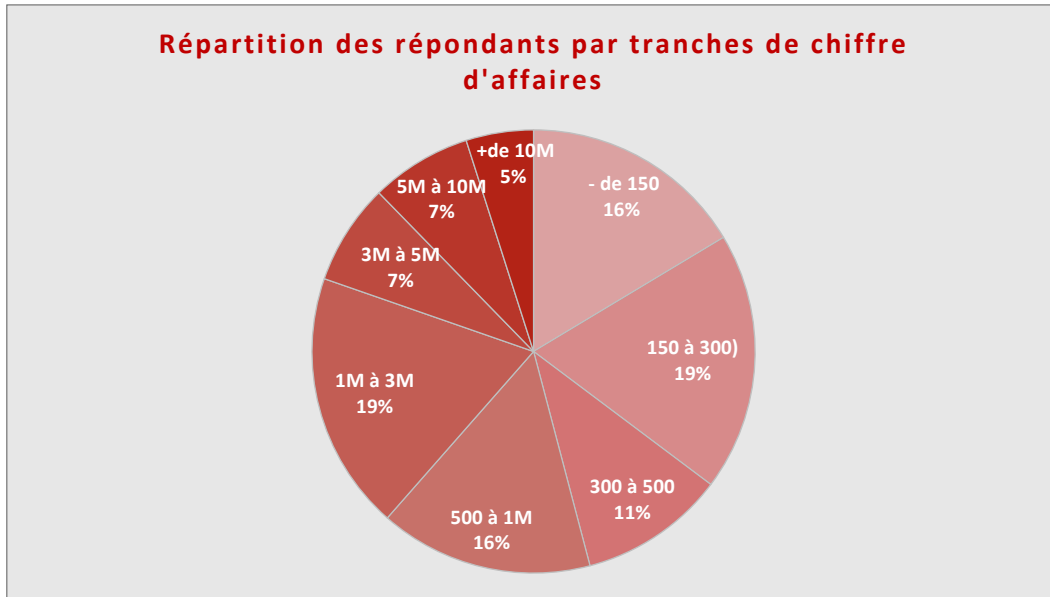
Premier, second marché et chiffre d'affaires			
	< 500 000€	Entre 500 000 et 3 M d'€	>3 M d'€
1er et 2nd marché	50,00%	69,95%	70,8%
1er marché	46,5%	21,43%	16,7%
2nd marché	3,5%	9,52%	12,5%

Au-delà de leur appartenance à un segment de marché particulier et lorsqu'on les considère globalement, plus de la moitié des galeries (62%) déclare un chiffre d'affaires inférieur à un million d'euros, un peu plus d'un quart entre 3 et 5 millions d'euros et 12% plus de 5 millions d'euros.³

² Et l'on retrouve alors des résultats proches de l'enquête internationale Mac Andrew art Basel dans laquelle 60% des galeries se déclarent uniquement sur le premier marché, 6% sur le second et 34% sur les deux marchés.

³ Un CA moins élevé que la moyenne des galeries internationales selon l'étude Mac Andrew. Dans le rapport Art Basel, 55% des galeries ont un CA inférieur à 1 million de dollar et 9% supérieur à 10 millions de \$. La constitution de l'échantillon de l'étude art Basel *via* les grandes foires peut conduire à une sur-représentation des grosses galeries et ce, bien que cette enquête soit aussi diffusée par d'autres canaux.

Figure 7 Répartition des galeries par tranche de chiffres d'affaires



Comme cela a déjà été mentionné plus haut, les galeries ayant les chiffres d'affaires les plus élevés sont en moyenne plus âgées que leurs consœurs, sans que l'on ne puisse toutefois préjuger de la réciproque : on trouve 10% de galeries âgées dans les tranches de chiffres d'affaires les plus faibles.

La localisation des galeries est également corrélée au chiffre d'affaires. Parmi les galeries localisées en région, quasiment 60% déclarent un chiffre d'affaires inférieur à 500 000 euros et seulement 7% sont dans la tranche supérieure de chiffres d'affaires. Ces proportions sont respectivement de 48% et de 21% pour les galeries situées en Ile de France. En 2011, une enquête conduite par de Vrièse et alii. pour le ministère de la culture sur les galeries françaises avait déjà mis en avant ces différences de chiffre d'affaires entre galeries parisiennes et provinciales.

L'emploi

Les galeries sont de très petites entreprises, plus des deux tiers emploient moins de 4 personnes. 20% entre 5 et 9 et simplement 4% emploient plus de 10 personnes⁴.

Tableau 3 Répartition des galeries en fonction de la quantité de personnes employées

Nombre de personnes employées au 1/11/2020	
Entre 1 et 4 personnes	76%
Entre 5 et 9 personnes	20%
Plus de 10 personnes	4%

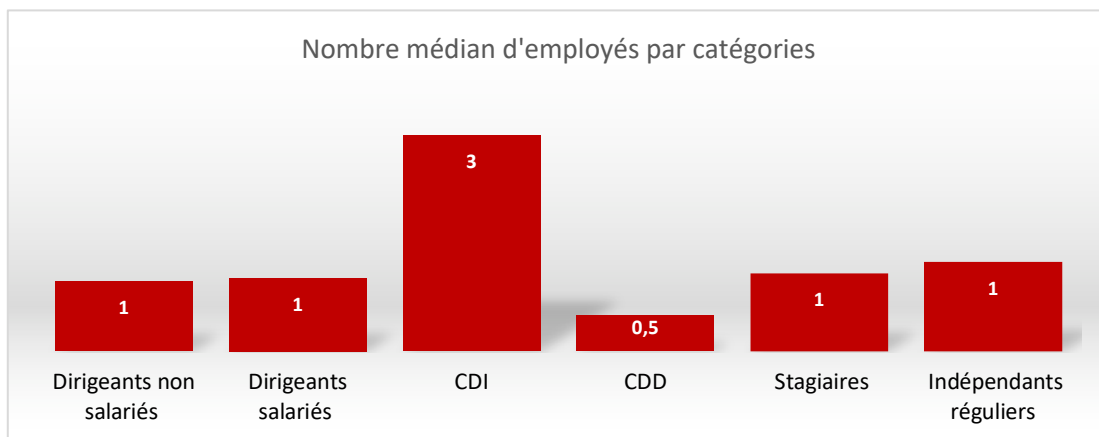
⁴ Ici encore, le rapport art basel indique une moyenne plus élevée pour les galeries sur le plan international. Le nombre moyen d'employés par galerie est selon ce rapport de 5, voire de 8 lorsque l'on inclut les personnes ne travaillant pas à temps plein et les contractuels.

Sans surprise, les galeries situées en région sont de petite taille, la totalité compte moins de 4 personnes. De la même façon, les galeries n'étant implantées qu'à un seul endroit ont peu de personnel, 85% d'entre elles comptent moins de 5 personnes. Les galeries ayant des antennes à l'étranger sont celles dans lesquelles le nombre d'employés total est le plus élevé (l'enquête ne précise toutefois pas le nombre d'antennes que possède chaque galerie). 40% d'entre elles comptent entre 5 et 9 personnes et 14% plus de 10 personnes. On notera toutefois qu'un nombre non négligeable de galeries, bien que présentes à l'étranger ont moins de 5 personnes employées.

Toutes les personnes ne sont pas employées nécessairement à temps plein. On compte en moyenne dans les galeries 4 équivalents temps plein, ce chiffre étant tiré vers le haut par les galeries qui emploient plus de 10 personnes (médiane à 2,5 équivalents temps plein).

Les contrats sont en majorité durables, 3 CDI, avec en outre 1 indépendant avec lequel la galerie entretient des relations régulières. Les stagiaires viennent de façon précieuse compléter la main-d'œuvre de la galerie.

Figure 8 Nombre d'employés par catégories



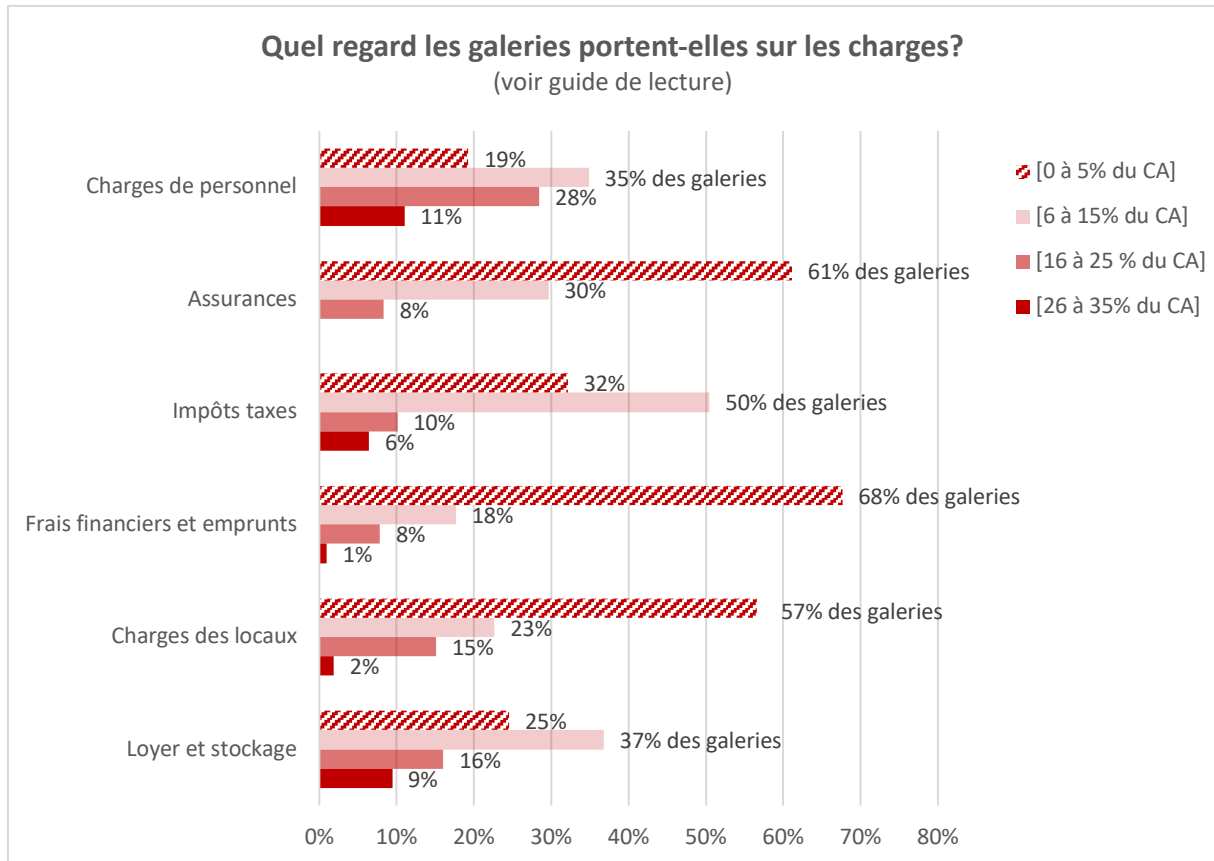
Les charges

Demander aux galeries d'évaluer la part de leurs charges en proportion de leur chiffre d'affaires est une entreprise qui peut paraître, de prime abord, hasardeuse. Les réponses semblent aller dans ce sens au regard du nombre de galeries qui estiment certaines de leurs charges comme constituant entre 36 et 50% de leur chiffre d'affaires. Lorsque l'on sait que ne sont pas en compte ici le poids des frais d'exposition, de foires, etc., de sérieux biais semblent exister dans les réponses.

Cette question présente toutefois un intérêt, l'analyse du poids relatif déclaré des charges permet – si ce n'est de connaître leur poids réel- du moins de les hiérarchiser entre elles et de mettre à jour celles qui pèsent le plus dans la gestion des galeries.

Les frais financiers et emprunts sont les charges qui pèsent le moins, traduisant une faible situation d'endettement auprès des banques de la plupart des galeries. Viennent ensuite les frais d'assurances puis les charges liées aux locaux (électricité, chauffage, etc.). Les impôts et taxes occupent une position intermédiaire. Les charges les plus conséquentes concernent le personnel et les loyers et stockage. Au regard des déclarations des galeries, il semble que le poste lié au loyer et au stockage soit celui qui compte le plus dans les charges et qu'il devance le poids des charges de personnel.

Figure 9 Quel regard les galeries portent-elles sur les charges



Guide de lecture : 35% des galeries déclarent que les charges de personnel correspondent de 6 à 15% de leur chiffre d'affaires, 28% déclarent qu'elles comptent entre 16 et 25%, etc.

Ce résultat est notamment imputable au fait que seule une minorité de galeries est propriétaire de ses locaux (15%), les 2/3 ont des bailleurs privés. Et tandis que les galeries propriétaires estiment les charges de loyers à moins de 5% de leur CA⁵, celles qui ont des bailleurs privés déclarent un poids plus élevé : 58% d'entre elles évaluent ces charges comme allant de 5 à 25% de leur chiffre d'affaires, 27% leur attribuent un poids encore plus conséquent, et déclarent que les loyers peuvent représenter de 25 à 50% de leur chiffre d'affaires. Les galeries ayant un bailleur social sont dans une position intermédiaire, le poids des charges locatives se situant à mi-chemin entre ce que déclarent les galeries ayant des bailleurs privés et celles qui sont propriétaires de leurs locaux.

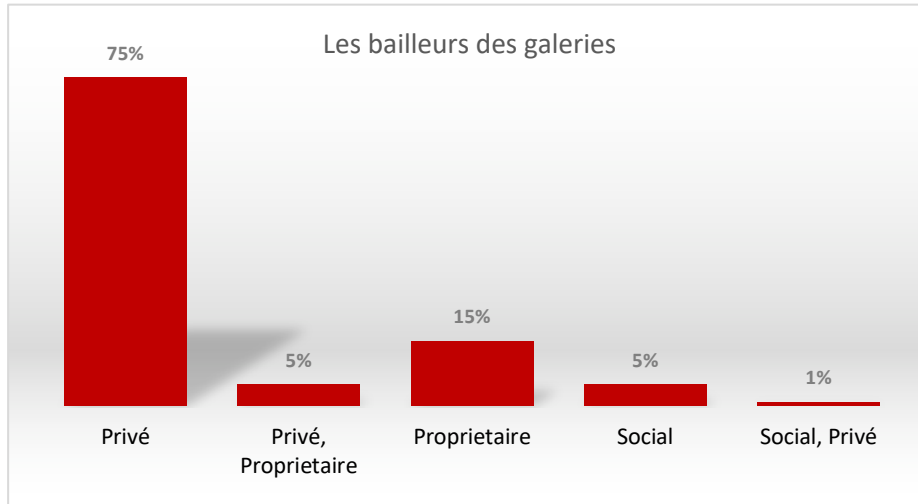
Assez logiquement ce sont les galeries appartenant aux tranches de chiffres d'affaires les moins élevées qui déclarent que les frais pèsent le plus au regard de leur chiffre d'affaires et ce, pour la quasi-totalité des frais, exceptées les charges de personnel. Ces mêmes galeries, bien qu'appartenant à la tranche de CA la plus faible supportent mal les impôts, taxes, MDA et le droit de suite. En effet, quasiment 10% de ces galeries déclarent que les impôts et taxes s'élèvent à plus du quart de leur chiffre d'affaires.

Pour les galeries situées dans la tranche de chiffres d'affaires intermédiaire (entre 500 000 et trois millions), les charges de loyers et de stockage déclarées sont aussi élevées : pour quasiment 15% des

⁵Si l'accès à la propriété a été effectué par emprunt cela ne se traduit pas dans les données pas un report significatif sur les charges financières.

galeries appartenant à cette tranche, elles représentent plus de 25% du chiffre d'affaires et pour 23% entre 15 et 25%.

Figure 10 Les bailleurs des galeries



2. Les galeries CPGA face à la crise sanitaire

2.1 Les aides perçues

Une large majorité des galeries CPGA (59%) a bénéficié d'une aide au titre du chômage partiel de la part des pouvoirs publics. Tel est le cas de la quasi-totalité des galeries appartenant à la tranche de chiffres d'affaires la plus élevée (96%) et de 86% des galeries appartenant à la tranche de chiffres d'affaires intermédiaire (500 000 à 3M€). Seule une galerie sur 4 parmi celles situées dans la tranche de chiffres d'affaires la plus basse (0 à 500 000€) en a bénéficié, ces galeries ayant un nombre d'employés bien moindre que leurs consœurs.

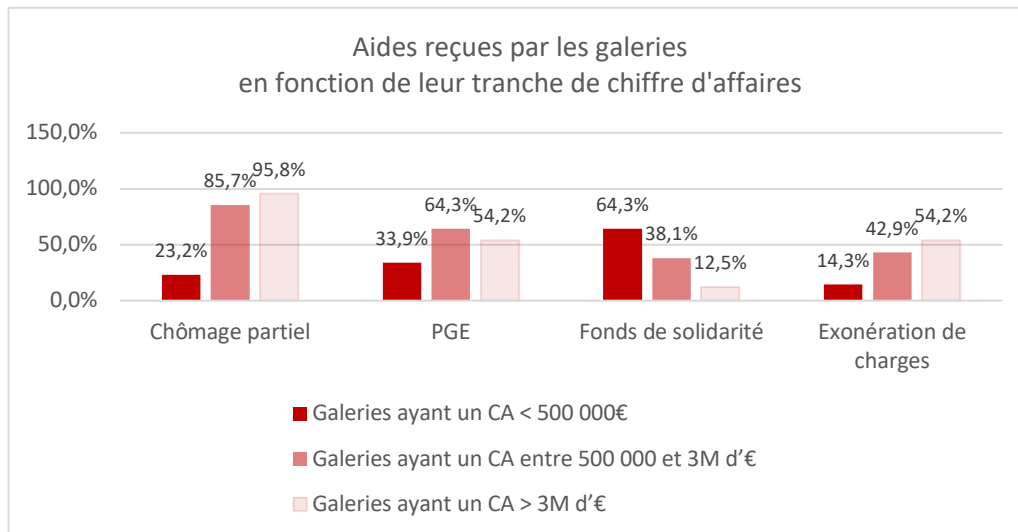
Il en va de même pour l'exonération de charges. Si en moyenne 32% des galeries CPGA en ont bénéficié, 54% des galeries situées dans la tranche de chiffres d'affaires la plus élevée sont dans ce cas, ce pourcentage s'élève à 43% lorsque l'on considère uniquement les galeries situées dans la tranche de chiffres d'affaires intermédiaire, et seulement 14% dans la tranche de chiffres d'affaires la plus basse.

Si dans l'ensemble c'est une galerie sur deux qui a fait appel à un prêt garanti par l'Etat, ce sont également les galeries appartenant aux tranches de chiffres d'affaires intermédiaires et les plus élevées qui ont le plus mobilisé ce type d'aide. 64% des galeries appartenant à la tranche allant de 500 000 à 3M€ déclarent ainsi avoir effectué une telle demande, et 54% des galeries ayant un CA supérieur à 3M€. Elles ne sont que 34% dans la tranche de chiffres d'affaires de moins de 500 000 euros.

Cela s'inverse en revanche pour le fonds de solidarité. Si en moyenne un peu moins de la moitié des galeries CPGA en ont bénéficié (45%), ce pourcentage s'élève à 64% pour les galeries appartenant à la

tranche de chiffres d'affaires la moins élevée contre 38% pour la tranche intermédiaire et 12,5% pour les galeries ayant les chiffres d'affaires les plus élevés⁶.

Figure 11 Aides reçues selon la tranche de chiffres d'affaires des galeries

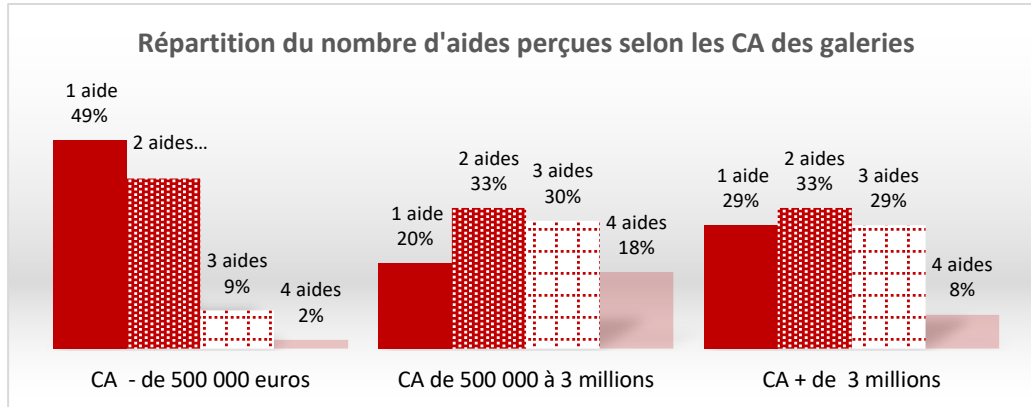


Un examen plus précis de la répartition des aides permet de constater qu'un peu plus d'un tiers des galeries (36%) perçoit des aides de deux types, et qu'un autre tiers (34%) ne perçoit qu'un seul type d'aide. Peu de galeries (9%) cumulent 4 catégories d'aides à la fois.

La répartition du nombre d'aides perçues par tranches de chiffres d'affaires indique que dans la tranche de chiffres d'affaires la plus basse, une galerie sur deux ne perçoit qu'un seul type d'aide, et 89% des galeries de cette même tranche perçoit au plus, deux types d'aides. Ce résultat s'explique par la nature des aides mises en place, le prêt garanti ainsi que le recours au chômage partiel semblent moins tournés vers ces galeries que vers des galeries ayant une taille plus élevée, bien qu'un pourcentage élevé de galeries de petite taille déclare avoir perdu des emplois (cf. voir point 2.2 ci-dessous). De fait, dans les catégories de CA intermédiaire ou haut, on constate un nombre d'aides plus élevé par galerie, avec des cumuls de 2, 3 voire de 4 types d'aides, notamment dans la tranche intermédiaire. Le cumul de 4 types d'aides est en revanche plus rare (8%) pour les galeries s'insérant dans la tranche supérieure de chiffres d'affaires. Notons toutefois que ces éléments ne nous renseignent que sur les types d'aides obtenues et non pas sur leurs montants et leur récurrence. Tandis que le recours au fond de solidarité a pu être mobilisé plusieurs fois, il n'en va pas de même pour les prêts garantis.

⁶ Notons qu'il convient d'être prudent dans la comparaison des pourcentages précédents. Les effectifs de départ des galeries situées dans la tranche supérieure (24) sont moindres que ceux de la tranche inférieure (56). De ce fait, les calculs de pourcentage tendent mécaniquement à être plus élevés dans les tranches supérieures, et les différences réelles sont moins importantes que ce que ne donnent à penser les écarts absolus de pourcentage indiqués.

Figure 12 Répartition du nombre d'aides perçues par tranches de CA des galeries



Le loyer constituant un poste élevé dans les charges des galeries, nombreuses sont celles à en avoir demandé une modulation (70%). Si un tiers d'entre elles ont essuyé un refus, un peu plus d'un tiers l'a obtenu (38%). Un petit tiers (31%) n'a pas demandé de telle aide. Les galeries situées dans la tranche intermédiaire de chiffres d'affaires sont celles qui semblent avoir été les plus heureuses. 44,5% d'entre elles ont obtenu une aide, contre 35% pour la tranche inférieure et 26% pour la tranche supérieure. Notons que ces dernières sont plus nombreuses à avoir essuyé un refus (39% contre 30% pour la tranche intermédiaire et 27% pour la tranche la plus basse). On notera une relative inertie des galeries faisant partie de la tranche la plus basse qui sont environ 35% à ne pas avoir demandé une telle aide contre 22% pour la tranche intermédiaire et 30% pour la tranche la plus haute.

Tableau 4 Galeries ayant bénéficié de modulation de loyers

Modulation de loyer	
Demande et refus	32%
Demande et baisse obtenue	38%
N'a pas demandé	31%

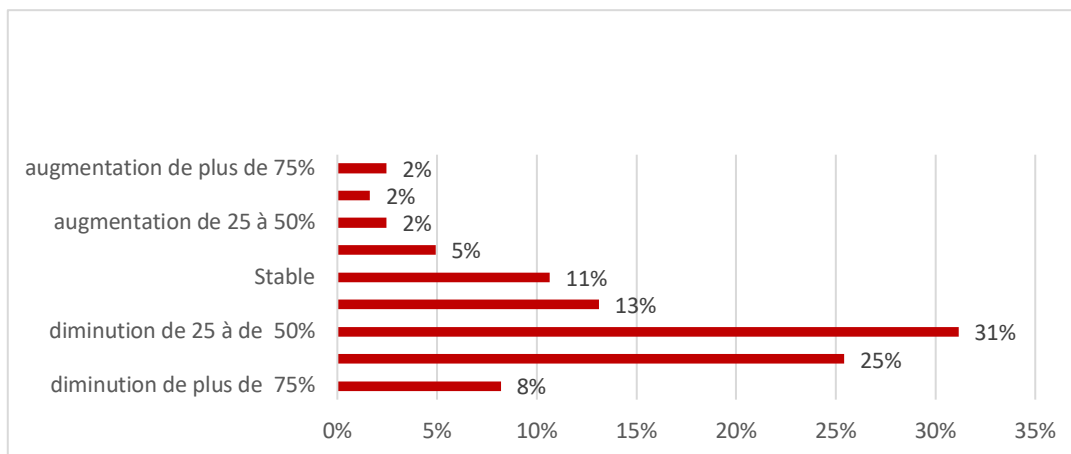
2.2 Impact de la crise sur le chiffre d'affaires et l'emploi

Impact sur le chiffre d'affaires

L'année 2020 a marqué un recul du chiffre d'affaires pour 78% des galeries. Une petite proportion, 10%, réussit toutefois à tirer son épingle du jeu et affiche un chiffre d'affaires en progression par rapport à 2019. La très grande majorité des galeries concernées par cette croissance sont situées dans la tranche de chiffres d'affaires intermédiaire - entre 500 000 et 3 millions d'euros.

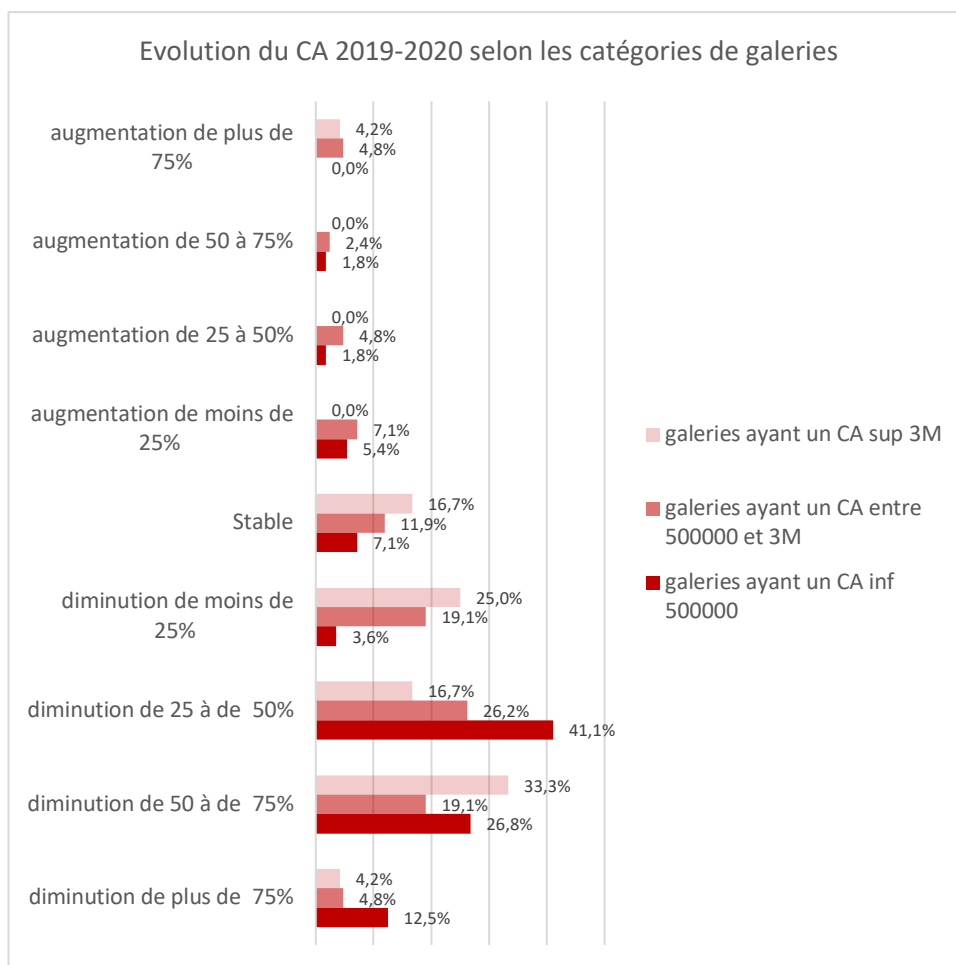
Hormis ces quelques cas, les pertes ont été conséquentes : un tiers environ (31%) des galeries déclare avoir eu une baisse de chiffre d'affaires de l'ordre de 25 à 50% et un autre tiers des galeries (33%) déclare une diminution de son chiffre d'affaires de plus de 50% par rapport à 2019.

Figure 13 Variation 2019-2020 du chiffre d'affaires



Les galeries qui accusent les plus fortes baisses de chiffre d'affaires sont celles situées dans les tranches « extrêmes », à savoir celles en dessous de 500 000 euros et celles dont le CA est supérieur à 3 millions. Quasiment 40% des galeries relevant de chacune de ces tranches affichent des pertes de CA supérieures à 50%. Les pertes les plus importantes touchent toutefois proportionnellement plus les galeries ayant un faible CA, 12,5% des galeries de cette tranche déclarent des pertes supérieures à 75% du CA de l'année précédente, cette proportion étant de l'ordre de 4% pour les galeries appartenant aux autres tranches de CA.

Figure 14 Évolution du CA 2019-2020 selon les catégories de galeries



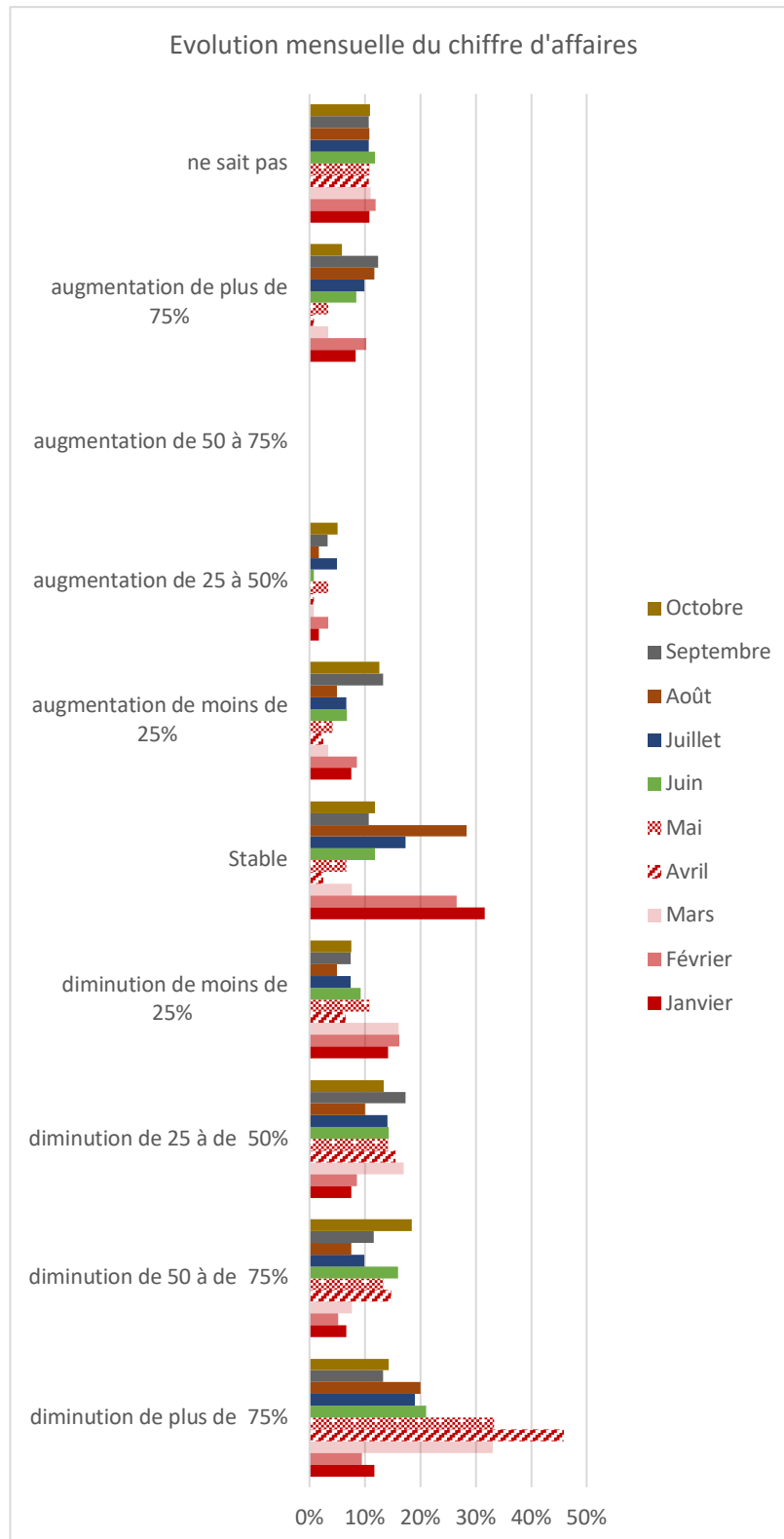
L'examen des évolutions mensuelles de chiffres d'affaires montre que les pertes les plus importantes sont survenues lors du premier confinement au printemps (mars avril mai) avec un pic en avril : 46% des galeries déclaraient en avril une perte de CA de plus de 75% par rapport au même mois de l'année précédente. Dans les deux mois qui ont suivi, la proportion d'entreprises fortement touchées a un peu décliné mais on comptait encore un tiers des galeries qui accusaient des pertes de plus de 75% relativement à ce qu'elles avaient réalisé au cours de ces mois en 2019⁷.

La conjoncture qui a précédé la crise sanitaire ne semblait toutefois pas particulièrement favorable – à moins que les déclarations ne soient biaisées à la baisse du fait d'un pessimisme général lié à la crise sanitaire - 40% des galeries déclarent avoir eu un CA en baisse les deux premiers mois de l'année par rapport à l'année précédente laquelle avait été particulièrement favorable (cf. rapport Mac Andrew pour Art Basel 2019). Ces éléments peuvent être lus sur le graphique ci-dessous (dont la lecture est difficile) en regardant le bas du graphique la barre rouge qui correspond au mois de janvier (en pointant avec le curseur au bout de la ligne, les indications apparaissent)

À partir du mois de juin, la situation a commencé à s'améliorer un peu, la proportion de galeries déclarant avoir un chiffre d'affaires mensuel en baisse par rapport à son équivalent de l'année précédente est passée à 60% en juin pour se fixer aux alentours de 50% en septembre et en octobre.

⁷ Dans le rapport publié par Mac Andrew pour art Basel à mi 2020, les pertes enregistrées sur l'ensemble du premier semestre étaient en moyenne de 36% par rapport au premier semestre 2019 (avec une médiane de 43%). Selon de rapport, c'étaient les plus petites galeries – ayant un CA inférieur à 500 000 – qui reportaient les pertes les plus élevées. Au regard des résultats l'enquête conduite en décembre par le CPGA, il semble que l'on reste sur une médiane se situant dans la fourchette de -25 à -50% du chiffre d'affaires.

Figure 15 Évolution mensuelle du chiffre d'affaires 2019-2020



Guide de lecture : lire de bas en haut l'évolution des mois, avec en rouge le mois de janvier puis en rouge clair celui de février, etc. la couleur kakimarron représentant le mois d'octobre. Dans le groupe du bas, on lit ainsi qu'en janvier (rouge) un peu plus de 10% des galeries ont déclaré avoir une diminution de leur CA de plus de 75% par rapport au même mois de l'année précédente

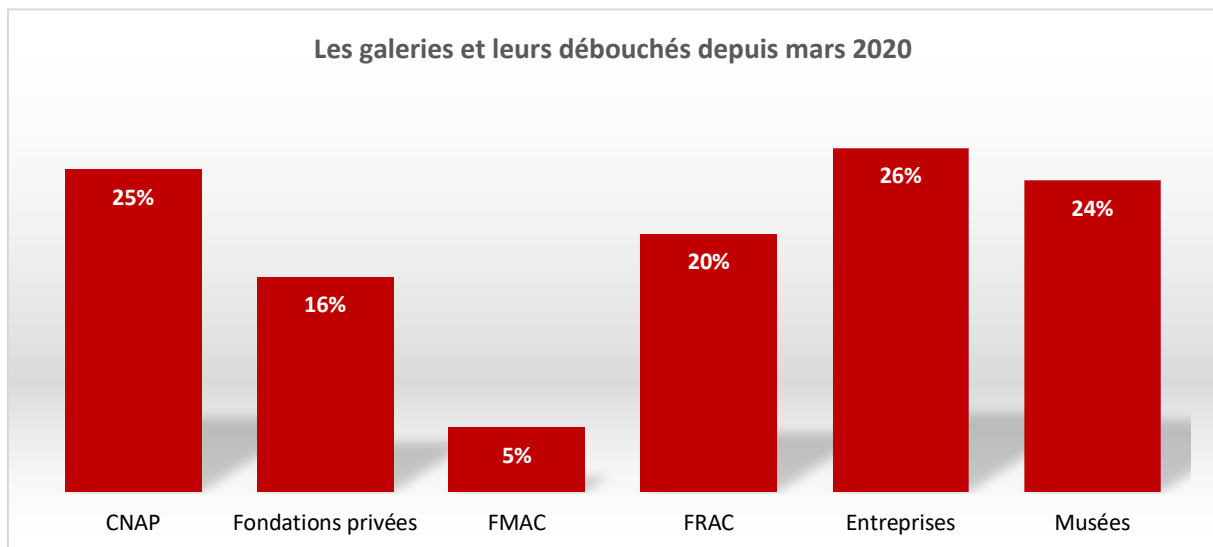
Les débouchés

A quelles structures publiques ou privées les galeries CGPA ayant répondu à l'enquête ont-elles vendu des œuvres depuis le mois de mars ? Le soutien du CNAP a été conséquent puisqu'une galerie sur quatre déclare lui avoir vendu une œuvre lors de commissions, normale et exceptionnelle. Rappelons que le budget d'acquisition du CNAP a doublé pendant la période, passant de 600 000 euros à 1,2 million. Les ventes aux institutions muséales et FRAC ont également permis de soutenir l'activité des galeries. Entre une galerie sur quatre et une galerie sur cinq a trouvé un débouché auprès de ces structures.

Les structures privées n'ont pas été en reste puisque 25% des galeries ont trouvé des débouchés auprès d'entreprises et 16% auprès de fondations.

Dans l'ensemble, quel que soit leur chiffre d'affaires, les galeries ont toutes bénéficié de ces soutiens, les galeries appartenant à la tranche de chiffres d'affaires la plus élevée semblent toutefois avoir été un peu plus favorisées, une plus grande proportion d'entre elles bénéficiant d'achats du CNAP, même si les galeries ayant un CA inférieur n'ont pas été oubliées. Mais ce sont surtout les ventes aux entreprises qui font la différence, 50% des galeries réalisant plus de 3M€ de CA déclare avoir vendu des œuvres à une entreprise, contre 30% pour les galeries ayant un chiffre d'affaires de moins de 500 000€.

Figure 16 Les débouchés des galeries depuis mars 2020



L'emploi

Le nombre de personnes employées par les galeries est resté stable dans 67% des cas et a baissé pour un peu plus d'une galerie sur quatre. Cette baisse n'a pas été l'apanage des seules galeries qui avaient le plus grand nombre d'employés (plus de 10) puisqu'elles ne représentent que 13% des galeries ayant déclaré une diminution des effectifs alors que les galeries employant de 1 à 4 personnes représentent près de 48 % des galeries déclarant une baisse d'effectifs. Sur l'ensemble des galeries qui ont déclaré une diminution du nombre de personnes employées, 40% sont dans la tranche de chiffres d'affaires la plus faible et 34% dans la tranche de chiffres d'affaires la plus élevée, les 26,5% restant concernant des galeries situées dans la tranche de chiffres d'affaires intermédiaire⁸.

⁸ Dans l'enquête conduite par Art Basel à mi-année, les pertes apparaissent plus élevées au plan international. Un tiers des galeries aurait licencié. La perte moyenne des galeries ayant licencié serait de 4 employés, dont la moitié des emplois à plein temps. Si ces chiffres se révèlent justes, la prise en charge du chômage partiel par

Tableau 5 Évolution de l'emploi dans les galeries au cours de l'année 2020

Variation du nombre d'employés entre le 01/01/2020 et le 01/11/2020	
Augmentation	6%
Stationnaire	67%
Diminution	27%

3. Les galeries, le numérique et les entreprises

3.1 Le numérique

S'il est un point ayant trait au numérique auquel les galeries sont attentives, c'est leur site personnel. La dernière refonte de ceux-ci date, en moyenne, de moins de trois ans. Plus d'une galerie sur 4 a entrepris la refonte de son site au cours de l'année 2020, sans doute la fermeture physique des galeries du fait de la crise sanitaire n'est-elle pas étrangère à cette actualisation. Plus encore, 28% des galeries prévoient une refonte de leur site d'ici deux ans.

Tableau 6 Projet de refonte de site internet

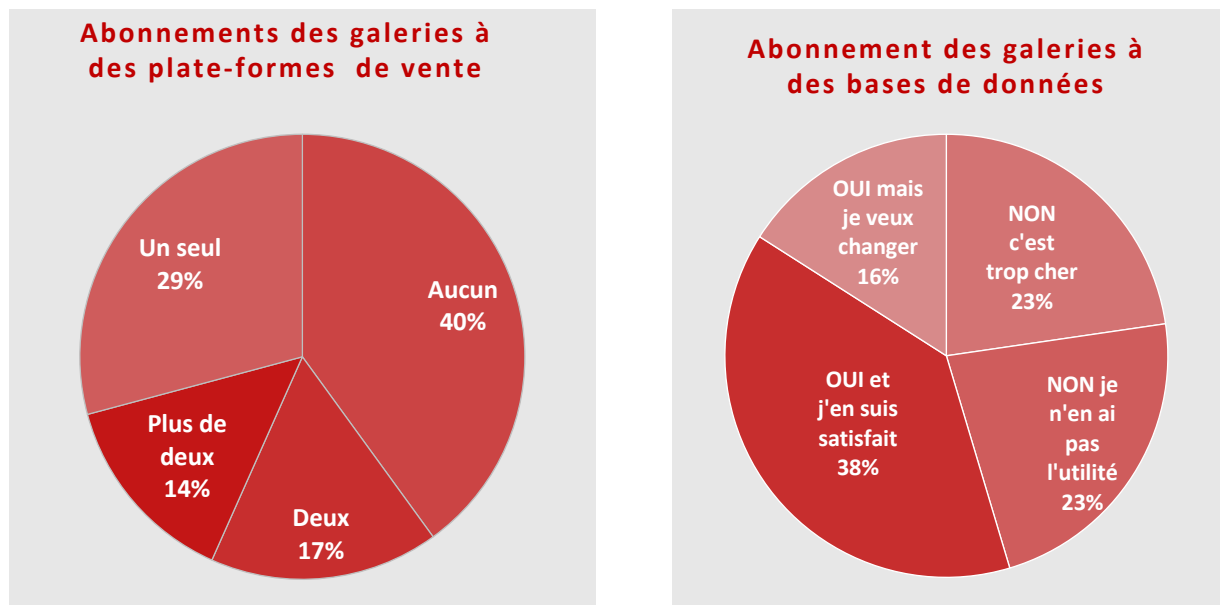
Refonte du site internet	
Prévue d'ici 2 ans	28%
En cours	25,5%
Non prévue	46,5%

L'abonnement à des bases de données utiles à la gestion (stockage, gestion de clientèle, etc.) rencontre également quelques réticences, 46% des galeries n'ont pas d'abonnement, soit parce qu'elles estiment ne pas en avoir l'utilité, soit parce qu'elles considèrent cela trop onéreux. Seules 38% de l'ensemble des galeries sont abonnées à une base et s'en déclarent satisfaites. Ici encore, on observe une position différenciée selon le chiffre d'affaires ; tandis que quasiment une galerie sur deux ayant un CA égal ou supérieur à 500 000 euros sont satisfaites de leur abonnement, elles ne sont que 30% à être dans ce cas lorsqu'elles se situent dans la tranche de CA la moins élevée

l'Etat aurait joué un rôle de soutien conséquent en France. Ceci étant, les données initiales indiqués dans le rapport Mac Andrew sur le personnel employé dans les galeries (entre 5 et 8 employés en moyenne) étaient élevées par rapport à la réalité française.

Sur le plan commercial, Les galeries ne manifestent pas un engouement massif pour les plateformes collectives de vente, 40% d'entre elles ne disposent d'aucun abonnement, 29% en ont un seul et elles sont 31% à être abonnées à deux plateformes ou plus. Les galeries dont le chiffre d'affaires est le plus faible semblent plus réticentes que les autres, une sur deux n'a pas d'abonnement alors que pour celles dont le chiffre d'affaires est le plus élevé, c'est seulement une galerie sur quatre qui n'a pas d'abonnement. C'est dans cette dernière classe que l'on trouve les galeries ayant le plus d'abonnements, un tiers de ces galeries sont abonnées à plus de deux plateformes. Au-delà de la peur - qui n'est pas infondée - de perdre son autonomie, sans doute le coût de l'abonnement freine-t-il les galeries les moins fortunées qui, lorsqu'elles s'abonnent, tendent à se centrer sur une seule plateforme.

Figure 17 Les galeries, les plates formes de ventes et de bases de données



Aucune question de l'enquête ne portait sur le montant des ventes online. Celles-ci comprennent à la fois les ventes conclues par les galeries sur leur propre site, sur des plateformes tierces, par l'intermédiaire des réseaux sociaux, par les online viewing room, ou encore par email. Les ventes online, selon le rapport Art Basel mac Andrew, constituaient en 2019 10% du montant total des ventes. Elles étaient en grande partie réalisées sans intermédiaire, à travers le site même de la galerie ou via les réseaux sociaux. Mi 2020, selon l'enquête conduite par Mac Andrew pour Art Basel, les ventes en ligne atteignaient désormais 37% des ventes totales, la plus grande partie continuant de transiter par les sites des galeries et 8% passant par une plate-forme tierce. Il importe de noter que, sachant que le CA des galeries a baissé sur la période, l'accroissement de la part des ventes en ligne peut résulter pour partie d'un effet de structure : le poids des ventes en ligne -moins affectées que les ventes de visu par la crise- s'accroissant automatiquement dans l'ensemble.

Même si nous ne disposons pas de données dans la présente enquête quant aux pourcentages des ventes effectuées par les galeries CGPA via des plate-forme, il semble fort probable que celles-ci soient dans la lignée de ce que l'on a au plan international, 40% des galeries françaises n'étant abonnées à aucune plate-forme.

3.2 Les galeries et les ventes aux entreprises

83% des galeries déclarent vendre des œuvres à des professions libérales et 72% à des entreprises. Si les ventes aux professions libérales sont peu surprenantes – elles représentent de façon historique une clientèle importante des galeries, en revanche la proportion élevée de galeries déclarant effectuer des ventes auprès d’entreprises est nettement plus surprenante. Dans l’étude qui avait été effectuée en 2000 auprès des galeries d’art contemporain pour le ministère de la Culture (Benhamou et *alii*), que nous avons déjà citée, 60% des galeries déclaraient ne rien vendre aux entreprises. La proportion s’est donc plus qu’inversée. Est-ce la perspective de la suppression de la loi sur le mécénat qui conduit les galeries à biaiser quelque peu leurs réponses ?

Quoi qu’il en soit il semble que véritablement une évolution a eu lieu et qu’un nombre croissant de ventes soit effectué auprès d’entreprises. Les données collectées ne permettent toutefois pas de voir ce que recouvrent ces ventes qui peuvent correspondre à des cas très divers, les collections d’entreprises n’étant pas réputées pour être très développées en France. Il est probable que parmi les entreprises qui achètent, nombreuses sont celles qui n’achètent que de façon ponctuelle. Le poids de ces achats dans le chiffre d’affaires des galeries sans être très élevé n’est pas pour autant négligeable, en particulier pour les petites galeries, il constitue plus de 20% du CA de 25% des galeries de cette catégorie.

Les ventes en leasing restent assez peu pratiquées, seules 17% des galeries déclarent avoir recours à cette pratique.

Figure 18 Proportion de galeries vendant à des entreprises, professions libérales et pratiquant le leasing

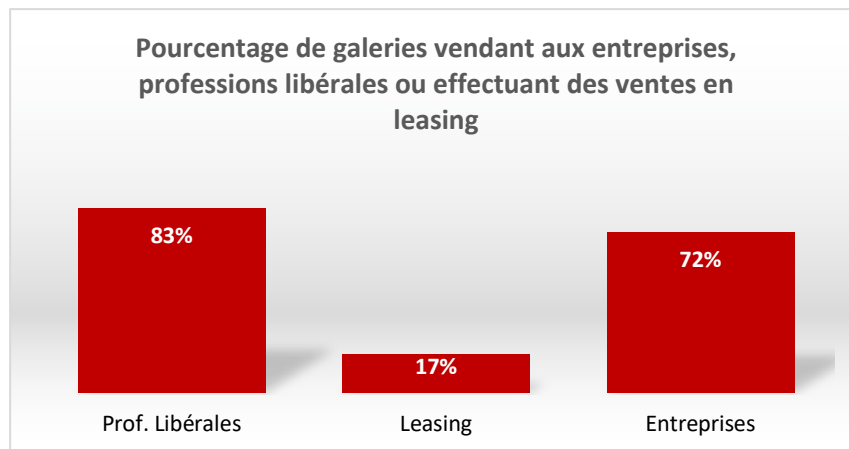
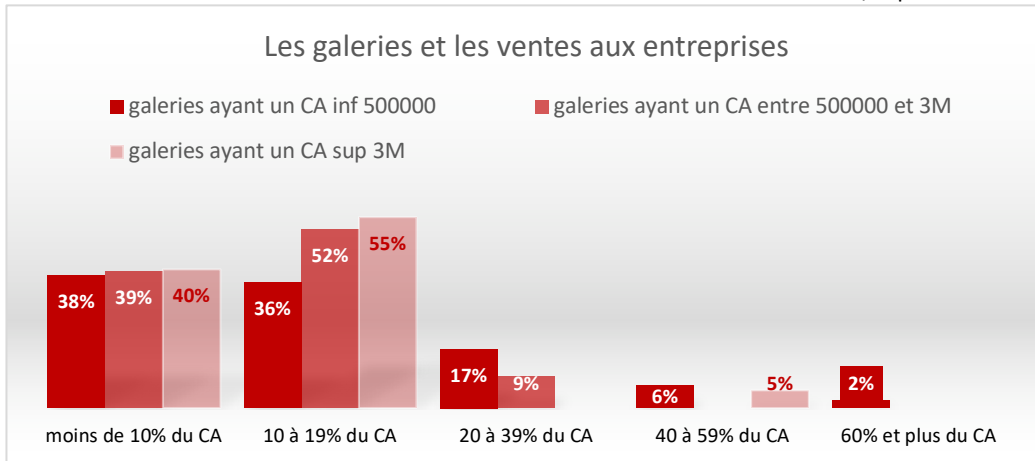


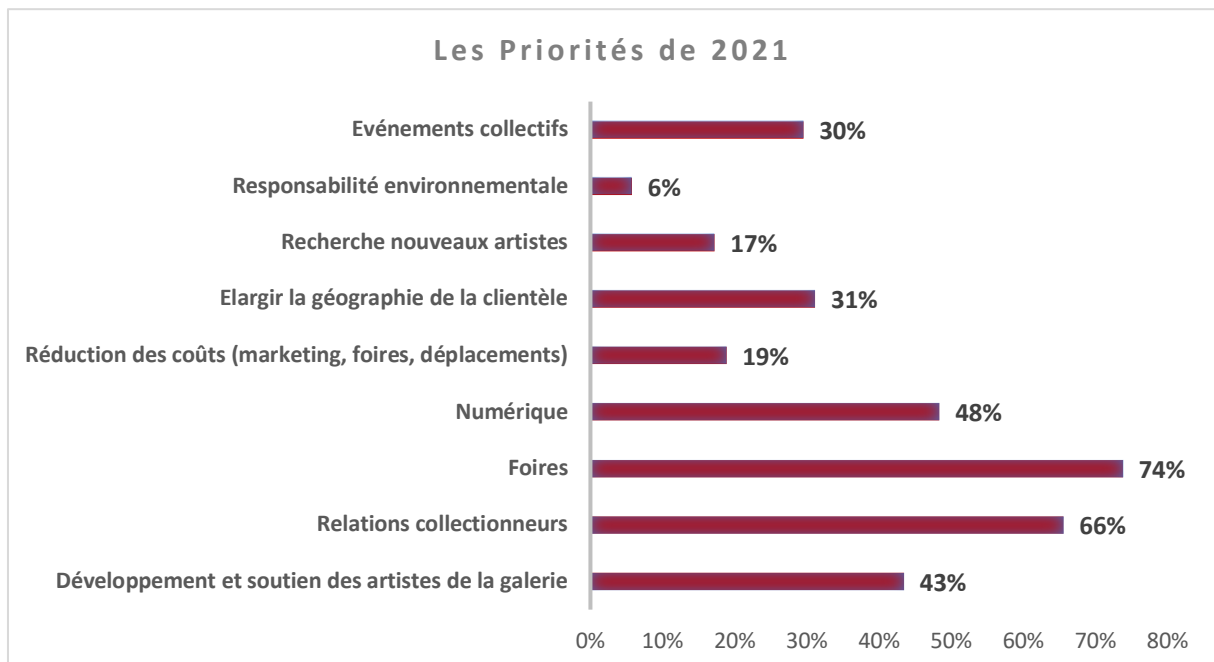
Figure 19 Répartition des galeries vendant aux entreprises en fonction du poids de ces ventes dans leur chiffre d’affaires



En guise de conclusion

Les priorités annoncées de 2021...

Figure 20 Les priorités déclarées pour 2021



Ces priorités marquent le pas par rapport à ce qui était affiché mi 2020 lors de l'enquête conduite par Clare Mac Andrew pour art Basel auprès d'un échantillon de galeries internationales. Les ventes en ligne, la réduction des coûts étaient en tête et devançaient le renforcement des liens avec les collectionneurs, les foires étaient reléguées en 11^{ème} et dernière position.

Les priorités annoncées pour 2021 par les galeries CPGA affichent clairement le désir de retrouver une activité marchande dense et les foires sont plébiscitées par 75% des galeries. Tandis qu'en en 2019, les galeries ont participé en moyenne à 4 foires (avec de forts écarts parmi les galeries et un maximum de 17), au cours de l'année 2020 ce chiffre est tombé à 1 foire. Les galeries espèrent participer à 3 foires en 2021. Ce plébiscite des foires, alors qu'elles faisaient plutôt l'objet de critiques ces dernières

années, marque clairement les préoccupations qu'ont les galeries d'élargir leur marché. Cette nécessité est confirmée par la seconde des priorités affichée par les galeries qui est de soigner les relations avec leurs collectionneurs. Le numérique n'intervient qu'en 3^{ème} position, nombre de galeries ayant déjà entrepris la rénovation de leur site, et comptant sans doute sur l'avènement à moyen terme de jours meilleurs et un retour au 'brick and mortar'. Peut-être doit-on également voir dans ces priorités le constat des limites d'une multiplication rapide de show-room virtuels, de sollicitations digitales multiples qui lassent bien plus rapidement les acheteurs que ne le font les foires.

Si 10% des galeries ont, en dépit de la crise, vu leur chiffre d'affaires augmenter, le bilan commercial est globalement morose. Comme nous l'avons vu la très grande majorité des galeries ont accusé une baisse conséquente de leurs chiffres d'affaires et ce, malgré le soutien des pouvoirs publics et le doublement du budget d'acquisition du CNAP. Le marché de l'art -étroit- ne fonctionne que difficilement en vase clos avec des frontières fermées. Au-delà, rien ne dit que cette baisse conséquente de chiffre d'affaires traduise toute la réalité de la situation économique des galeries. Si l'absence de foires les prive d'un marché, elle les soulage également d'une grande partie des frais qui sont usuellement liés à leur tenue. Et l'on sait combien ceux-ci occupent une place importante dans l'économie des galeries. Les résultats de cette recherche, centrés sur le marché et non sur la rentabilité ne permettent pas de conclure à ce propos. Gageons que les galeries auront su tirer parti de cet allègement contraint de leurs charges pour améliorer un peu leur rentabilité et trouver ainsi quelques ressources pour rebondir demain.

Note méthodologique

Sur un total de 279 adhérents ayant reçu l'enquête en ligne en novembre 2020 de la part du CPGA, on comptabilise 122 réponses exploitables, soit un taux de réponse de près de 44%. En comparant les caractéristiques de cet échantillon avec celui de l'enquête conduite en mars 2020 par le CPGA, on constate une distribution très semblable du point de vue de l'ancienneté des galeries. La distribution en fonction du CA est en revanche légèrement différente avec des galeries ayant un chiffre d'affaires de plus de 3 000 000 d'euros surreprésentées dans la présente enquête et à l'inverse, des galeries plus modestes en termes de CA sous représentées par rapport à l'échantillon de mars 2020.

La comparaison par rapport à la répartition selon le CA des galeries adhérentes⁹ confirme et amplifie cette surreprésentation des galeries dont le CA est supérieur à 3M€, mais aussi de celles situées dans la tranche intermédiaire (500 à 3M€).

Cet effet de composition est à avoir en tête lors de la lecture des statistiques calculées sur l'ensemble de l'échantillon. Les analyses qui précèdent ont la plupart du temps croisé l'information sur le CA avec les différentes variables analysées, ce qui permet de tenir compte de cet effet composition dans les interprétations. La répartition des galeries localisées en Ile de France (89%) et celles situées en région (11%) est très similaire à celle de l'échantillon de mars 2020 (respectivement 88% et 12%). La production de statistique pour comparer la situation des galeries en région et en IDF n'a pas été possible en raison de l'effectif trop faible de galeries en région.

⁹ Les données disponibles à l'échelle de la population mère que constituent les adhérents du CPGA ne permettent pas de vérifier rigoureusement la représentativité de l'échantillon, puisque les bornes des classes de CA diffèrent. Il est uniquement possible de dire que 184 galeries ont un CA inférieur à 550 K€, 62 ont un CA situé entre 550 et 3 000 K€ et 33 ont un CA supérieur à 3 000 K€. Ainsi, un écart de 50K € existe pour les deux premières tranches de CA entre l'échantillon étudiée et la population mère.

Tableau 7 Représentativité de l'échantillon

	Échantillon novembre 2020		Échantillon Mars 2020		Adhérents CGPA	
Effectif	122	100%	168	100%	279	100%
Chiffre d'affaire en K€						
Moins de 500	56	46%	87	52%	184	66%
500 à 3 000	42	34%	62	37%	62	22%
Plus de 3000	24	20%	18	11%	33	12%
test du chi ²						p=1,659e-05
Ancienneté des galeries						
Avant 1970	8	7%	10	6%		
1970 à 1979	7	6%	8	5%		
1980 à 1989	18	15%	22	13%		
1990 à 1999	18	15%	32	19%		
2000 à 2009	37	30%	51	30%		
2010 à 2020	34	28%	45	27%		
Localisation						
Ile de France	108	89%	139	88%		
Région	14	11%	19	12%		
Marchés						
1er uniquement	39	32%	109	65%		
2nd uniquement	9	7%	13	8%		
1er et 2nd	74	61%	45	27%		