5. Avant de livrer le travail, assurez-vous qu'il est pourvu de l'AVIS. NE LE DECOUPEZ PAS de l'un des originaux. Fixez-le sur le support de l'œuvre ou la base de la sculpture ou à n'importe quel autre endroit où il ne perturbera pas l'œuvre, mais où il sera facile à trouver. Pour être protégé, il devra être recouvert d'une couche de polyurethane clair — ou d'un équivalent. Il ne serait pas gênant d'apposer plusieurs copies de l'AVIS sur une œuvre de grandes dimensions.

Si votre travail est trop petit pour pouvoir y fixer l'AVIS ou votre signature — dans ce cas vous devriez toujours utiliser un document annexe donnant la description du travail et qui porte votre signature, qui devrait obligatoirement être transmis avec votre œuvre en tant que partie (légale) intégrante — vous collez l'AVIS sur le document qui l'accompagne.

PROCEDURE A SUIVRE POUR LES CESSIONS ULTERIEURES. Pour les cessions ultérieures le propriétaire établit trois copies de la CONVENTION DE CESSION ET ARCHIVES à partir de l'original en sa possession (en supprimant la mention « MODELE »). Ensuite il les remplit en inscrivant la valeur estimée ou le prix sur lequel lui et son cessionnaire se sont mis d'accord. L'ancien et le nouveau propriétaires signent et datent les trois copies de la CONVENTION DE CESSION ET ARCHIVES, chacun garde une copie et la troisième sera envoyée à l'artiste ou son représentant avec les 15 % dûs sur la plus-value (si tel est le cas). L'ancien propriétaire donne à son cessionnaire une copie de l'original du Contrat de telle sorte que ledit cessionnaire connaisse ses obligations vis-à-vis de l'artiste et qu'il dispose de la CONVENTION DE CESSION ET ARCHIVES pour toute cession ultérieure de l'œuvre.

LE MARCHAND

Si vous avez un marchand, il aura pour rôle très important de faire signer le Contrat par les personnes qui achètent votre travail. Le marchand doit instaurer l'utilisation du Contrat comme politique de sa galerie ce qui donnera aux artistes de la galerie un pouvoir de pression contre les collectionneurs ou institutions qui se moquent des intérêts de l'artiste.

Rappellez-vous toujours que votre marchand connaît tous les tenants et aboutissants du monde de l'art. Il sait comment s'y prendre pour faire signer le Contrat par les quelques acheteurs pouvant s'y opposer — plus fort est le marchand mieux il saura s'y prendre, plus il aura d'acheteurs éventuels et plus ce sera facile pour lui. Au demeurant il peut continuer à faire ce qu'il fait actuellement lorsqu'il veut favoriser ses artistes — donner des avantages à l'acheteur, des réductions, des tarifs dégressifs, des conseils, la possibilité d'échanges et des traitements préférentiels, et toute autre chose que le collectionneur peut attendre et apprécier.

D'une certaine façon, le Contrat ne fait qu'établir ce que font déjà les marchands en fait; ils essaient de garder une trace du travail qu'ils ont vendu, mais actuellement pour toute garantie de leurs archives ils ne peuvent que se fier aux catalogues d'expositions, à la publicité ou au hasard. Le Contrat crée un système très simple d'archives permettant de connaître à la fois la « biographie » de chaque œuvre et la chronologie de ses propriétaires successifs. De telles archives étant à la fois privées et réellement peu compliquées, un marchand n'aura vraiment pas besoin d'engager un secrétaire supplémentaire pour s'en charger; si une œuvre donne lieu à une douzaine de feuilles de papier pendant toute la durée du Contrat, ce sera le bout du monde. L'obligation qui consiste à donner au propriétaire de l'œuvre un certificat d'origine n'est pas autre chose que ce qui existe déjà, en fait aujourd'hui, mais avec le système proposé ledit certificat sera exact et, de plus, ne nécessitera aucun effort à être dressé.

Néanmoins, il ne faut pas s'attendre à ce qu'un marchand fasse ce travail pour rien; il semble raisonnable de prévoir qu'il touchera une certaine rénumération sur les 15 % qu'il collectera pour l'artiste, disons un tiers.

Lorsqu'un artiste quitte un marchand, ce qui est souvent le cas, pour en trouver un autre plus important, le premier devrait continuer à collecter les sommes dues à l'artiste sur les nouvelles cessions des œuvres antérieures à son départ.

Lorsqu'un marchand ACHETE directement une œuvre à l'artiste (pour la revendre ou pour toute autre raison), c'est le prix réel de l'œuvre qui doit être inscrit dans le Contrat et NON PAS le prix effectif que le marchand paie à l'artiste, et qui sera généralement moindre.

Que le contrat soit signé, c'est surtout une question d'état d'esprit. Si votre marchand considère que les avantages du Contrat ne sont pas importants pour vous, il trouvera toutes sortes de raisons pour ne pas réussir à le faire accepter par les acquéreurs qui s'y refusent; par contre, s'il souhaite réellement que vous bénéficiez de ces avantages, il surmontera tous les obstacles et ne manquera même pas une vente pour autant.

LES CHOSES DE LA VIE : VOUS, LE MONDE DE L'ART ET LE CONTRAT

La réaction générale à la première ébauche de ce Contrat a été extrêmement favorable; la grande majorité des gens dans le monde de l'art le considère comme étant juste, raisonnable et pratique. Quelques uns ont exprimé certaines réserves concernant son utilisation réelle. Ces réserves peuvent être résumées en deux déclarations fondamentales :

- « ...le marché de l'art est si fragile qu'il suffit aux collectionneurs d'une charge supplémentaire pour qu'ils arrêtent tout simplement d'acheter des œuvres d'art... » et,
- « ...je vais certainement utiliser le Contrat,- si tout le monde en fait autant... ».

La première déclaration est un non-sens; on souhaitera toujours autant acquérir une œuvre d'art avec ou sans le Contrat. Ceci est clair, et il n'y a aucune raison pour que la valeur d'une œuvre d'art soit affectée par l'usage du Contrat, surtout si ce Contrat devient la pratique courante dans le monde de l'art — ce qui nous amène à la seconde déclaration. Si problème il y a, c'est cette déclaration qui le montre : c'est le souci de l'artiste individuel ou du marchand que l'utilisation du Contrat pourrait mettre leurs ventes en péril sur un marché concurrentiel.

Si nous examinons soigneusement cette préoccupation, nous voyons qu'elle ne tient pas.

TOUS les artistes vendent, négocient et donnent leur travail uniquement à deux genres de personnes :

- ceux qui sont leurs amis
- ceux qui ne sont pas leurs amis

Bien évidemment, vos amis ne vous compliqueront pas les choses; ils vont signer le Contrat. Le SEUL problème peut advenir lorsque vous vendez à quelqu'un qui n'est pas votre ami. Etant donné que 75 % des œuvres d'art vendues sont achetées par des personnes qui sont des amis soit de l'artiste soit du marchand — des amis qui dînent ensemble, qui boivent ensemble, qui ont une vie sociale commune, qui passent le week-end ensemble etc... — la seule opposition qui puisse exister ne pourra dépasser 25 % des cas où votre travail sera vendu. De ces personnes « étrangères » la majorité souhaite à coup sûr être en bons termes avec vous et ne demandera pas mieux que de signer le Contrat avec vous. Il reste donc peut-être 5 % de vos ventes qui risquent de rencontrer de sérieuses résistances à l'égard du Contrat. Même cette résistance réelle devrait descendre à zéro étant donné le fait que l'utilisation du Contrat sera généralisée.

Pour ainsi dire, ce Contrat vous permettra de savoir qui sont vos amis.