



## La diffusion en galerie privée

**Ce document** traite des rapports professionnels qui s'établissent entre artistes et galeristes dans le cadre de la diffusion d'œuvres artistiques pour fins de vente ou de location.

**La diffusion en galerie privée** est encadrée principalement par deux lois importantes : la Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature et sur leurs contrats avec les diffuseurs (L.R.Q. c. S-32.01) et la Loi sur le droit d'auteur (L.R.C., 1985, c. C-42).

**La Loi S-32.01** oblige les artistes et les galeristes à signer un contrat pour encadrer leurs relations d'affaires. Un contrat est une entente librement consentie. Il prend effet lorsque les contractants en possèdent chacun une copie signée.

**La relation entre un artiste et un galeriste** fonctionne à son meilleur lorsqu'elle est franche, réaliste et qu'elle demeure une relation d'affaires. Bien des problèmes surviennent en raison de suppositions, d'incertitudes et de questions qu'on a négligé de discuter.

**L'artiste et le galeriste** doivent avoir en tête que chacun fournit une précieuse contrepartie à l'autre en termes de biens ou de services. Chaque partie doit s'assurer que ses attentes et ses exigences sont bien comprises par son vis-à-vis.

**Comme dans toute relation**, chaque partie doit consentir des efforts pour que celle-ci fonctionne à l'avantage de chacun.

**Les artistes** doivent réfléchir à ce qu'ils attendent d'un galeriste. Ces attentes doivent être réalistes. Un comportement professionnel s'impose en tout temps.

**Tous les marchands d'œuvres d'art professionnels** ont deux points en commun : ce sont des passionnés de l'Art et ils sont en affaires pour vendre des œuvres d'art et en tirer un profit.

**Tous les artistes en arts visuels** ont deux points en commun : ils et elles aspirent à faire connaître leurs œuvres et à vivre de leur création artistique

**Il existe entre un artiste et un galeriste** une relation vendeur / producteur et cette relation sera d'autant plus fructueuse qu'elle saura demeurer professionnelle, c'est-à-dire franche et honnête.

# ÉNONCÉ DES MEILLEURES PRATIQUES EN MATIÈRE DE DIFFUSION EN GALERIE PRIVÉE

## 1 LES BASES D'UNE SAINTE RELATION D'AFFAIRES

- Un artiste et un galeriste devraient être clairs quant à leurs attentes mutuelles au moment d'établir une relation d'affaires visant la promotion de l'artiste et la vente de ses œuvres.
- Bien que les ventes s'effectuent en général dans la galerie ou par les démarches que celle-ci effectue, d'autres activités réalisées par l'artiste accroissent la désirabilité de ses œuvres et contribuent au succès de la relation d'affaires. Parmi celles-ci, mentionnons les expositions dans les lieux publics de diffusion (musées, centres d'expositions, centres d'artistes...), la constitution et le maintien d'un site internet, la réalisation d'œuvres d'art public et les actions dont l'objet premier est la promotion.
- Un artiste peut entretenir d'autres relations commerciales avec des galeries opérant à l'extérieur des limites territoriales circonscrites dans un contrat avec une galerie. La galerie doit toujours être informée d'ententes préexistantes ou développées au cours de la relation d'affaires.
- La galerie devrait exposer et vendre régulièrement les œuvres de l'artiste dans ses locaux. De son côté, l'artiste devrait s'attendre à devoir lui fournir des œuvres sur une base régulière.
- Le succès des relations entre les artistes et les galeries commerciales est plus fréquemment atteint lorsque ces relations sont de longue durée. Afin de maintenir une relation durable, les deux partenaires devraient discuter de leurs besoins professionnels au fur et à mesure qu'ils se présentent et, si nécessaire, réajuster leur relation d'affaires.
- Lorsque l'artiste est invité à exposer ailleurs que chez son galeriste, il doit l'en informer.
- Sauf quand l'exposition est organisée par l'un des autres marchands avec qui il fait affaire, l'artiste devrait mentionner le nom de la galerie qui le représente lorsqu'il expose ses œuvres dans un autre lieu de diffusion.
- L'une ou l'autre des parties peut mettre fin à la relation d'affaires en avisant son vis-à-vis et en lui accordant un délai raisonnable. Il est toujours mieux de définir dans le contrat ce que signifie « un délai raisonnable ».

## 2 LES CONTRATS

- Au Québec, la *Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature et sur leurs contrats avec les diffuseurs* (L.R.Q. c.S-32.01) requiert qu'un contrat soit établi par écrit entre un artiste et un diffuseur.
- Un diffuseur est une personne, un organisme ou une société qui, à titre d'activité principale ou secondaire, opère à des fins lucratives ou non une entreprise de diffusion et qui contracte avec des artistes.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Loi S-32.01, art. 3

- Un artiste et un diffuseur qui veulent établir une relation professionnelle ne peuvent renoncer à l'application des dispositions de la Loi S-32.01 portant sur les contrats entre artistes et diffuseurs. <sup>2</sup>
- La galerie ou l'artiste peut proposer un formulaire de contrat pouvant être ajusté selon les termes de l'entente convenue entre les parties. Ce contrat devrait faire état des attentes mutuelles des deux parties.
- Toutefois, il doit absolument contenir les mentions minimales inscrites dans la Loi S-32.01, dont voici un extrait. Il doit mentionner :
  - *« la nature du contrat;*
  - *l'œuvre ou l'ensemble d'œuvres qui en est l'objet;*
  - *toute cession de droit et tout octroi de licence consentis par l'artiste, les fins, la durée ou le mode de détermination de la durée et l'étendue territoriale pour lesquels le droit est cédé et la licence octroyée, ainsi que toute cession de droit de propriété ou d'utilisation de l'œuvre ;*
  - *la transférabilité ou la non-transférabilité à des tiers de toute licence octroyée au diffuseur;*
  - *la contrepartie monétaire due à l'artiste ainsi que les délais et autres modalités de paiement;*
  - *la périodicité selon laquelle le diffuseur rend compte à l'artiste des opérations relatives à toute œuvre visée par le contrat et à l'égard de laquelle une contrepartie monétaire demeure due après la signature du contrat.<sup>3</sup> »*
- Le contrat doit inclure en annexe une liste détaillée des œuvres que l'artiste laisse en consignation à la galerie. L'artiste a la responsabilité de fournir cette liste. Le galeriste a la responsabilité de vérifier si la liste correspond bien aux œuvres laissées à la galerie et si elles sont en bon état.
- La signature du galeriste et de l'artiste au bas de cette annexe fait foi de la validité du document. Les deux parties doivent en conserver une copie. Toute modification à cette liste doit être consignée par écrit et paraphée par les parties.
- Les œuvres consignées ne sont pas la propriété de la galerie, elles ne peuvent donc pas faire partie d'une transaction de vente ou de transfert de propriété de l'entreprise. Elles ne peuvent pas non plus servir de garantie pour un emprunt ou toute autre démarche de cette nature.
- Toute entente entre un diffuseur et un artiste réservant au diffuseur l'exclusivité d'une œuvre future de l'artiste ou lui reconnaissant le droit de décider de sa diffusion doit, en plus des mentions minimales :
  - *« porter sur une œuvre définie au moins quant à sa nature;*
  - *être résiliable à la demande de l'artiste à l'expiration d'un délai d'une durée convenue entre les parties ou après la création d'un nombre d'œuvres déterminées par celles-ci;*

<sup>2</sup> Loi S-32.01, art. 34

<sup>3</sup> Loi S-32.01, art. 31

- *prévoir que l'exclusivité cesse de s'appliquer à l'égard d'une œuvre réservée lorsque, après l'expiration d'un délai de réflexion, le diffuseur, bien que mis en demeure, n'en fait pas la diffusion;*
  - *indiquer le délai de réflexion convenu entre les parties. <sup>4</sup> »*
- L'AGAC et le RAAV mettent à la disposition des artistes et des galeries un formulaire de contrat-type agréé par les deux associations.

### **3 LES SERVICES OFFERTS À L'ARTISTE**

- Même si vendre ses œuvres constitue le principal service offert à l'artiste par la galerie, la représentation de l'artiste par la galerie peut aussi inclure les services figurant dans la liste suivante. Le cas échéant, ces services doivent être consignés dans le contrat.
- Cette liste énumère l'essentiel des services qu'une galerie peut offrir à un artiste qu'elle représente. Elle n'est pas exhaustive et ne signifie pas non plus que toutes les galeries offrent ou doivent offrir ces services.
- la tenue régulière d'expositions dans ses locaux ;
  - la production et la distribution d'invitations, l'organisation de vernissages, la promotion et la publicité des expositions ;
  - la mise à jour du Curriculum vitae de chaque artiste représenté selon les informations fournies par l'artiste;
  - la mise à jour du matériel visuel pour fins promotionnelles de chaque artiste représenté ;
  - le maintien à jour d'archives sur les activités promotionnelles ;
  - le démarchage de ventes auprès d'acquéreurs publics ou privés ;
  - l'entretien de relations avec les collectionneurs et les clients corporatifs ;
  - la protection des droits légaux de l'artiste, dont les droits d'auteur, dans les activités impliquant la consignation des œuvres, la vente ou la promotion par la galerie ;
  - la collaboration avec l'artiste lors de concours ou de soumissions pour des commandes d'œuvres ainsi que dans la préparation de demandes de subventions ;
  - l'entreposage adéquat d'œuvres de l'artiste;
  - la réalisation de publications promotionnelles ou documentaires.

<sup>4</sup> Loi S-32.01, art. 42

## 4 LES RESPONSABILITÉS DE L'ARTISTE

- L'artiste devrait pouvoir garantir la qualité de chacune des œuvres visées par le contrat qui le lie à une galerie. Il doit se porter garant d'éventuelles réclamations de la part d'acheteurs envers la galerie pour toute imperfection apparente ou non. La durée de cette garantie doit être négociée entre l'artiste et la galerie pour chaque œuvre ou type d'œuvre visé par le contrat.
- L'artiste doit fournir à la galerie, en temps opportun, des reproductions numériques de qualité professionnelle, un curriculum vitae à jour ainsi qu'un document décrivant sa démarche artistique.
- Dans la mesure du possible, l'artiste s'engage à être présent à tout vernissage organisé par la galerie qui expose une ou plusieurs de ses œuvres.
- Lorsque l'artiste réalise des commandes d'œuvres d'art public, il doit aussi respecter son engagement de produire annuellement un certain nombre d'œuvres pour la galerie qui le représente. En effet, la galerie dépend de cette production pour répondre à la demande de sa clientèle. Les artistes ont donc tout intérêt à bien gérer leur emploi du temps, surtout s'ils sont représentés par plusieurs galeries.

## 5 FRÉQUENCE DES EXPOSITIONS

- Lorsque la galerie a l'habitude de tenir des expositions individuelles, l'artiste devrait pouvoir s'attendre à ce que des expositions surviennent régulièrement. L'artiste et la galerie devraient discuter afin d'en établir la fréquence dans le contrat.
- Lorsque la galerie n'organise pas d'expositions individuelles, l'artiste devrait pouvoir s'attendre à ce qu'une sélection représentative de ses œuvres soit exposée régulièrement. Les conditions d'exposition devraient être inscrites dans le contrat.
- Afin de faciliter la tenue d'expositions de ses œuvres, l'artiste doit effectuer la livraison des œuvres choisies par la galerie ou, le cas échéant, leur reprise en temps opportun, de la façon et au moment convenus.

## 6 TERRITOIRE DE REPRÉSENTATION

- La galerie et l'artiste devraient convenir ensemble du degré d'exclusivité de leur relation. L'exclusivité peut s'appliquer entre autres au territoire, à la méthode de vente et aux moyens de communication.
- La galerie ne devrait pas s'attendre à ce que l'aire d'exclusivité excède son territoire réel d'opération et doit démontrer la validité de toute prétention à l'exclusivité sur un territoire plus vaste que celui où elle tient sa place d'affaire.
- Lorsqu'une entente d'exclusivité n'a pas été convenue par écrit, nul ne peut prétendre qu'elle existe.

- Lorsque l'atelier de l'artiste est situé dans le territoire d'exclusivité de la galerie, il est préférable que l'artiste laisse la galerie s'occuper des ventes. En référant tout éventuel acquéreur à sa galerie, l'artiste s'évite les désagréments d'avoir à transiger directement avec les acquéreurs et peut se consacrer entièrement à son travail de création. En cas de vente par l'artiste, celui-ci doit respecter l'exclusivité et verser à la galerie la commission prévue.
- Les tentatives de ventes directes faites par l'artiste à des clients de la galerie dans le but d'éviter le versement de la commission à la galerie constituent un bris du contrat de représentation.
- En cas de participation à des foires à l'extérieur du territoire de représentation défini dans le contrat, la galerie doit pouvoir conserver l'exclusivité sur les œuvres consignées pour l'événement même si l'artiste est représenté sur le territoire où se tient la foire par une autre galerie.

## 7 LE PRIX DES OEUVRES

- La galerie et l'artiste doivent convenir ensemble du prix de vente des œuvres. Les prix établis en galerie ne devraient pas inclure les taxes applicables.
- Lorsque les prix sont établis, ils devraient être les mêmes partout. Dans l'intérêt des deux parties, il n'est pas recommandé d'abaisser ou d'élever le prix des œuvres selon les lieux de vente. Cette pratique mine la cote des œuvres de l'artiste et peut générer de la discorde entre l'artiste et la galerie.
- De temps à autre, l'artiste et la galerie devraient discuter d'une hausse du prix des œuvres si la valeur de celles-ci augmente.

## 8 LA COMMISSION DE LA GALERIE

- La commission sur les ventes constitue la rémunération que l'artiste accorde à la galerie pour son travail de vente et de représentation. La galerie obtient cette commission pour les divers services qu'elle offre à l'artiste. La commission est remise lorsqu'une vente se concrétise. Le pourcentage de la commission doit être négocié au départ de la relation d'affaires et inscrit dans le contrat.
- La commission de la galerie devrait correspondre au type de service qu'elle fournit. Elle est généralement fixée à 40 ou 50 % du prix de l'œuvre. La commission versée par l'artiste se calcule sur le prix de l'œuvre seulement, excluant les taxes.
- La galerie et l'artiste devraient déterminer ensemble si la commission s'applique sur le prix des œuvres encadrées ou non.
- Lorsque la création d'une œuvre implique des frais de production importants comme la sculpture par exemple, ces frais peuvent être déduits du prix de vente avant le partage des bénéfices, ou encore être assumés à parts égales par l'artiste et le galeriste.
- Il est possible qu'une galerie veuille inclure dans son contrat une commission sur les commandes d'œuvres d'art public lorsqu'elle trouve légitime de le faire en raison de sa longue collaboration avec l'artiste dans le développement de sa carrière ou encore lorsqu'elle a participé à l'obtention et à la gestion de la commande. La galerie et l'artiste peuvent aussi s'entendre pour exclure de leur relation d'affaires les commandes d'œuvres d'art public présentées dans le cadre d'une politique gouvernementale. Dans les deux cas, cela doit être consigné par écrit dans le contrat.

- L'artiste et la galerie devraient convenir d'avance de la commission accordée pour tout service autre que la vente, comme la location d'œuvres de l'artiste, ou encore la négociation et la gestion des commandes d'œuvres.
- Lorsque d'autres intervenants ou galeries ont participé à la vente d'une œuvre de l'artiste, le total de la commission doit demeurer le même que si la vente avait été effectuée seulement par la galerie avec laquelle l'artiste est en relation. Le partage de la commission entre les agents doit être établi par une entente préalable afin que l'artiste reçoive sa pleine part du prix de vente.
- Lorsque l'artiste participe à des concours pour l'obtention d'un prix ou pour une exposition en vue d'une acquisition, l'artiste devrait s'assurer que le nom de la galerie soit mentionné.
- Si l'artiste reçoit une subvention, un prix honorifique ou monétaire, le galeriste ne devrait pas s'attendre à une commission, à moins que ce dernier ait contribué à préparer le dossier; dans ce cas la commission doit être négociée et l'entente consignée par écrit.
- L'artiste et la galerie devraient discuter du versement ou non d'une commission à la galerie dans les cas de dons ou de ventes d'œuvres lors d'événements de levée de fonds. L'artiste et la galerie devraient convenir ensemble du choix de l'œuvre soumise et d'un prix de réserve afin que la cote de l'artiste ne soit pas dévaluée.

## 9 LES ESCOMPTES

- La galerie a l'obligation de représenter l'artiste et ses œuvres aussi avantageusement que possible. Elle doit également éviter de porter atteinte à la valeur des œuvres en offrant une réduction à un acheteur potentiel, sans l'accord préalable de l'artiste.
- Il est d'usage courant de convenir dans le contrat d'un pourcentage offrant à la galerie une marge pour la négociation du prix avec les acquéreurs. Cette marge de négociation est assumée entre la galerie et l'artiste selon un partage pré-établi dans le contrat. Toute réduction supérieure à ce pourcentage devrait être déduite de la commission de la galerie, à moins que les parties n'aient convenu par écrit d'une autre entente au préalable.

## 10 LES VENTES, LE CRÉDIT ET LES RETOURS

- La galerie devrait établir un contrat de vente pour toutes les œuvres vendues. Ce contrat devrait préciser tous les termes de la vente.
- Lorsqu'il y a une vente, la galerie devrait en informer rapidement l'artiste afin qu'il facture la galerie pour la part qui lui revient. La facture devrait être datée et numérotée, comporter le titre et la description de l'œuvre, le prix de vente, la commission versée à la galerie et la balance due à l'artiste. Lorsque l'artiste est inscrit aux taxes, il doit les inclure.
- Le paiement à l'artiste devrait se faire dans les 30 jours de la vente ou de la réception du paiement par la galerie, soit le délai le plus bref des deux.

- Lorsque la galerie accepte des paiements par acompte, elle devrait exiger un dépôt initial minimum non-remboursable de 25% du prix de vente et remettre sa part à l'artiste. Toutefois, il est légitime que la galerie préfère remettre sa part à l'artiste qu'au moment où le paiement complet est versé à la galerie. Cela évite d'avoir à réclamer un remboursement à l'artiste au cas où l'acquéreur changerait d'avis en cours de paiement.
- La galerie qui vend à crédit doit en assumer entièrement les risques. L'œuvre vendue à crédit ne devrait pas être livrée à l'acquéreur avant l'encaissement du paiement final.
- Lorsque la galerie accepte de reprendre une œuvre qu'elle a vendue, elle devrait en assumer entièrement les coûts.

## 11 LA PLANIFICATION DES EXPOSITIONS ET LE PARTAGE DES COÛTS

- La galerie et l'artiste devraient s'entendre sur la fréquence des expositions et sur le moment le plus opportun pour en tenir une.
- Les dépenses liées à la tenue d'une exposition peuvent comprendre l'encadrement des œuvres, leur transport, la documentation, la promotion, la publicité, les frais de vernissage, etc.
- Si les coûts pour l'organisation d'expositions ne sont pas prévus parmi les services offerts par la galerie en contrepartie de sa commission, l'artiste et la galerie doivent préciser à l'avance qui sera responsable de payer quoi et quels coûts seront partagés.
- La galerie ne devrait pas accroître la commission sur les ventes ou requérir que l'artiste lui fasse don d'une œuvre afin de couvrir une augmentation imprévue de ses dépenses. Elle devrait plutôt compenser cette augmentation par un accroissement des prix comme cela se fait dans d'autres types de commerces ou secteurs industriels.

## 12 LES TAXES

- Les galeries et les artistes devraient connaître les implications fiscales de leurs activités et s'assurer d'être à jour dans leurs connaissances.
- Un artiste dont le revenu à titre de travailleur autonome excède 30 000 \$ doit s'inscrire à la TPS et à la TVQ. Lorsque l'artiste est inscrit à la TPS et à la TVQ, il doit divulguer ses numéros d'enregistrement d'entreprise à la galerie. Si l'artiste s'inscrit à la TPS et à la TVQ en cours de contrat, il doit en aviser la galerie dès que possible.
- La galerie a la responsabilité de percevoir la TPS et la TVQ sur les œuvres vendues ou louées et de les remettre aux gouvernements concernés.
- Pour chaque vente ou location effectuée par la galerie, l'artiste doit produire une facture datée et numérotée, détaillant le prix de vente ou de location, la commission due à la galerie et le montant qui lui revient. Lorsque l'artiste est inscrit à la TPS et à la TVQ il doit inclure ses numéros de taxe ainsi que sa part des taxes à percevoir. Il appartient ensuite à l'artiste de verser les taxes collectées au palier de gouvernement concerné.



- Pour l'artiste, qu'il soit inscrit aux taxes ou non, prendre l'habitude de fournir une facture pour chaque vente effectuée par une galerie qui le représente permet d'avoir une trace des transactions qu'il effectue avec la galerie pour sa propre comptabilité. Cette pratique est aussi très utile pour la galerie qui peut alors faire le paiement de la facture dans les 30 jours suivant sa réception.

## 13 LES DROITS D'AUTEUR

- La vente d'une œuvre d'art n'emporte pas automatiquement la cession des droits d'auteur s'y rattachant. Pour que cela soit, une licence permettant certaines utilisations doit être accordée dans le cadre du contrat de vente.
- La galerie ne devrait pas inciter l'artiste à céder ses droits d'auteur ou encore à y renoncer.
- La galerie devrait protéger et faire respecter les droits légaux de l'artiste, y compris ses droits d'auteur, dans des activités telles que la consignation, la vente ou la promotion. Elle devrait prendre toutes les mesures raisonnables pour que les tiers avec qui elle fait affaire les respectent également.
- Les droits moraux sont inhérents aux droits d'auteur. Bien que l'artiste puisse choisir de renoncer à les exercer, il ne peut pas les vendre ou les céder.
- Certains artistes gèrent eux-mêmes leurs droits d'auteur alors que d'autres en confient la gestion à une autre personne ou à une société de gestion collective.
- La galerie ne devrait pas être tenue de payer des droits de reproduction à l'artiste lorsque celles-ci sont utilisées pour la promotion et la vente de ses œuvres.

## 14 LA PROTECTION DES OEUVRES

- Les œuvres consignées en galerie sont sous la responsabilité de la galerie.
- La galerie est responsable d'assurer les œuvres en consignation, et ce, contre le vol, la perte, la détérioration totale ou partielle. L'assurance doit couvrir minimalement la valeur de la part de l'artiste.
- Si la galerie n'offre pas de couverture d'assurance, cela devrait être consigné par écrit dans le contrat.
- La galerie doit s'engager à suivre les règles de l'art pour la conservation des œuvres qui lui sont remises par l'artiste. L'artiste doit aviser par écrit la galerie lorsque des dispositions particulières doivent être prises pour la manipulation ou la conservation des œuvres consignées.
- Dans l'éventualité où une œuvre en consignation serait endommagée de quelque manière que ce soit, la galerie doit s'engager à en aviser immédiatement l'artiste et lui mentionner la nature des dommages.
- Si une œuvre est endommagée lorsqu'elle est sous la garde de la galerie, l'artiste devrait avoir le choix de réparer l'œuvre ou de choisir le restaurateur. Les frais de la restauration devraient revenir à la galerie.

- S'il y a perte ou que les dommages sont tels qu'une restauration satisfaisante s'avère impossible, l'artiste devrait recevoir compensation dans un délai raisonnable.

## 15 LE REGISTRE DES VENTES

La Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature et sur leurs contrats avec les diffuseurs (L.R.Q. c. S-32.01) indique la marche à suivre pour l'enregistrement des ventes d'œuvres de chaque artiste représenté dans une galerie. En voici des extraits :

- Pour chaque contrat le liant à un artiste, le diffuseur doit tenir dans ses livres un compte distinct dans lequel il inscrit dès réception, en regard de chaque œuvre ou de l'ensemble d'œuvres qui en est l'objet:

1° tout paiement reçu d'un tiers de même qu'une indication permettant d'identifier ce dernier;

2° le nombre et la nature de toutes les opérations faites qui correspondent aux paiements inscrits et, le cas échéant, le tirage et le nombre d'exemplaires vendus. <sup>5</sup>

- Dans les cas où une contrepartie monétaire demeure due à l'artiste après la signature du contrat, il doit, selon une périodicité convenue entre les parties d'au plus un an, rendre compte par écrit à l'artiste des opérations et des perceptions relatives à son œuvre. <sup>6</sup>
- L'artiste peut, après en avoir avisé par écrit le diffuseur, faire examiner par un expert de son choix, à ses frais, toute donnée comptable le concernant dans les livres du diffuseur. <sup>7</sup>
- Le diffuseur doit tenir à jour à son principal établissement, un registre relatif aux œuvres des artistes des domaines des métiers d'art et des arts visuels qu'il a en sa possession et dont il n'est pas propriétaire. Ce registre doit comporter:

1° le nom du titulaire du droit de propriété de chaque œuvre;

2° une mention permettant d'identifier l'œuvre;

3° la nature du contrat en vertu duquel le diffuseur en a la possession.

Ces inscriptions doivent être conservées dans le registre du diffuseur tant qu'il assume la responsabilité des œuvres en application d'un contrat. <sup>8</sup>

- L'artiste lié par contrat avec le diffuseur peut consulter ce registre en tout temps pendant les heures normales d'ouverture des services administratifs. <sup>9</sup>
- Durant sa relation d'affaires avec la galerie, l'artiste ne devrait jamais divulguer la liste des clients de la galerie ni entreprendre des démarches directement auprès des clients de celle-ci. Il est possible que cette exclusion s'étende après la fin de la relation d'affaires sur une période à déterminer lors de la négociation du contrat.

<sup>5</sup> Loi S-32.01, art. 38

<sup>6</sup> Loi S-32.01, art. 38

<sup>7</sup> Loi S-32.01, art. 39

<sup>8</sup> Loi S-32.01, art. 40

<sup>9</sup> Loi S-32.01, art. 40

- Toutefois, l'artiste peut avoir constitué sa propre liste de clients avant d'entrer en affaires avec la galerie. Il peut donc continuer à entretenir des liens avec ses clients tout en les invitant à acheter directement à la galerie.
- Au moment d'entrer en relation d'affaires avec une galerie, l'artiste devrait constituer la liste des clients qu'il a montée au fil des ans et en faire part au galeriste. Deux copies de cette liste devraient être placées dans des enveloppes scellées et paraphées par l'artiste et le galeriste puis annexées au contrat. Cette procédure peut permettre de résoudre d'éventuels désaccords liés à l'utilisation de la liste de clients de la galerie lorsque la relation d'affaires prend fin.

## 16 LA RÉOLUTION DES DIFFÉRENDS

- En cas de différends dans l'application d'un contrat, les parties devraient recourir à la médiation ou à l'arbitrage avant de recourir aux tribunaux.
- Sauf renonciation expresse, tout différend sur l'interprétation d'un contrat doit être soumis, à la demande d'une partie, à un arbitre.
- L'artiste et la galerie devraient s'entendre sur le partage des frais de médiation ou d'arbitrage.
- Lorsque l'artiste et la galerie conviennent de ne pas renouveler leur contrat, et même en cas de résiliation avant terme, il est recommandé que les parties s'engagent à garder confidentielles les raisons ayant motivé cette décision, et ce pour une durée d'au moins un an après la date de résiliation ou de son non-renouvellement.

### © RAAV 2013 : Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré en s'inspirant de *Industry Standards / Best Practices*, produit par CARFAC Saskatchewan. On peut en savoir plus sur ce document en visitant le site suivant : [www.bestpracticestandards.ca](http://www.bestpracticestandards.ca)  
Le document produit en Saskatchewan a lui-même été élaboré en prenant comme référence « *The Code of Practice for the Australian Visual Arts and Craft Sector* » 2<sup>e</sup> Édition, développé, commandité et publié par la National Association for the Visual Arts (NAVA).