

Comment vendre ses œuvres en ligne ?



Trouver des lieux d'exposition et de vente... Voilà une problématique à laquelle un grand nombre d'artistes ont été/sont/seront confrontés. En effet, on ne peut pas dire que les lieux d'exposition soient si nombreux que ça en France. Certains commerces, comme les bars et restaurants, proposent parfois des expositions, mais les œuvres de l'artiste ne se retrouvent pas forcément confrontées à un public venu expressément découvrir son travail et peuvent même passer inaperçues.

Il reste pourtant une solution qui n'est pas exploitée par les artistes, ou ne l'est pas complètement : internet !! Beaucoup d'artistes professionnels (dont certains que nous avons pu interviewer pour le blog) ont compris tout l'intérêt de cet outil et l'utilisent quotidiennement afin de promouvoir leurs réalisations et/ou les vendre.

Ce monde virtuel est **immense** et avec la multitude de sites permettant d'exposer et de vendre des œuvres, il est normal de s'y perdre ! Sans compter que la concurrence est rude. Même si un artiste a un style et un coup de pinceau bien à lui, il lui est difficile de sortir du lot et, au final, peu de gens connaissent son travail.

Précisions juridiques sur le statut d'artiste professionnel

(Merci aux différents organismes contactés pour leur retour)

En France

Pour un artiste, il est souvent délicat de s'y retrouver dès qu'il doit affronter le système administratif, ses règlements et ses définitions. Tout d'abord, commençons par définir ce qu'est un **artiste amateur**. Pour rester simple, il s'agit de toutes les personnes qui

- apprécient, recherchent une forme d'art et en possèdent une certaine connaissance.
- pratiquent en loisir, hors de leur cadre professionnel.
- réalisent des œuvres sans en tirer un quelconque profit.

Ainsi donc, dès qu'un artiste vend ses œuvres, **il n'est plus "amateur"**.

Pour présenter et commercialiser ses créations artistiques dans les arts graphiques et plastiques en toute légalité, une personne aura donc **deux démarches indispensables** à suivre après sa première vente :

- une démarche [fiscale](#) en s'inscrivant sur le site de l'Urssaf/CFE pour se voir attribuer un numéro SIREN-SIRET et un code APE qu'elle devra indiquer sur les futures factures de ses œuvres.
- une démarche [sociale](#) en remplissant la déclaration de début d'exercice et en envoyant la première facture ou note de droits d'auteur. Ainsi, l'artiste obtiendra de La Maison des Artistes (MDA) un numéro d'inscription dit "numéro d'ordre".

Qu'il s'agisse de l'activité principale ou non d'une personne (salarié, indépendant, étudiant, retraité, etc.), la vente des œuvres est considérée comme un **acte commercial** et donc comme un **revenu**.

Donc même si une personne pratique **une autre activité professionnelle**, elle devra cotiser à la sécurité sociale des Artistes-Auteurs en s'inscrivant à la Maison des Artistes.

En début d'activité, dès lors que l'artiste a fait ses démarches auprès de l'Urssaf, il pourra commencer à facturer en indiquant sur ses factures "n° MDA en cours d'acquisition".

Puis en fonction de ses revenus, l'artiste sera soit **affilié** soit **assujéti** au régime des artistes. Si ses revenus sont inférieurs à 900 fois la valeur du SMIC horaire

(8784 euros en 2017), alors il sera **assujetti** au régime des artistes auteurs. Il ne bénéficiera pas de la couverture sociale correspondante, mais pourra prétendre à :

- la prise en compte de ses cotisations de vieillesse de base pour la validation de périodes d'assurance vieillesse ;
- la protection sociale liée à une autre activité qu'il exerce (salarié, fonctionnaire, indépendant...);
- la protection universelle maladie pour la prise en charge de ses frais de santé dans la mesure où il travaille ou réside en France de manière stable et régulière.

Si son activité dépend du régime des artistes auteurs et qu'il réalise un revenu au moins de 900 fois la valeur du SMIC horaire, alors l'artiste est **affilié** et pourra jouir de la couverture sociale correspondante :

- des prestations maladie, maternité, invalidité et décès (prestations en nature et prestations en espèces) versées par la caisse primaire d'assurance maladie de son lieu de résidence ;
- des prestations familiales versées par la caisse d'allocations familiales de son lieu de résidence ;
- d'une retraite de base, versée par la caisse d'assurance retraite et de la santé au travail de son lieu de résidence. La cotisation et le versement de la retraite complémentaire obligatoire sont gérés par l'institution de retraite complémentaire de l'enseignement et de la création.

Tout cela, sous réserve de nouvelles modifications dès le 1er janvier 2018.

Après, certains peuvent se dire "je préfère tester l'activité sans me déclarer afin de voir ce que ça donne". Ou d'autres vont penser "qu'ils ne risquent pas de se faire prendre". Sachez que ceux qui se font "prendre" justement, c'est généralement sur dénonciation d'un "concurrent". **De plus, ce n'est pas le genre d'activité qui peut permettre de rester discret.** Avoir une "vitrine" comme un site, une page Facebook ou autres est un vrai plus pour se faire connaître des clients ... Mais aussi du coup, des organismes de contrôle. Le bouche-à-oreille n'est pas suffisant pour vivre.

Libre à chacun de tenter le diable, mais mieux vaut alors ne pas se faire prendre. La note pourrait être salée ! Et pas qu'un peu.

L'artiste non déclaré est considéré comme pratiquant un **exercice dissimulé d'acte de commerce**. De plus, le Fisc et l'Urssaf n'aiment pas trop qu'on les gruge et ils déclencheront des poursuites judiciaires systématiquement lorsqu'un

fraudeur de mauvaise foi sera pris la main dans le sac. Sans compter les joies d'un redressement fiscal.

Enfin, cela impacte sur **la réputation de l'artiste**. En effet, il entraîne avec lui des collaborateurs et se crée une mauvaise réputation. Le milieu artistique n'étant pas le monde des bisounours, ce genre de réputation peut rester tenace même une fois que l'on a fait amende honorable et elle peut être entretenue par des concurrents.

Après, les institutions savent faire la différence entre un **artiste amateur débutant qui ne connaît rien des réglementations à respecter et qui est de bonne foi** et un **artiste amateur qui truande volontairement le système**.



Au Québec

Il existe là-bas **deux lois** sur le statut professionnel des artistes. Une qui s'intéresse aux artistes de la scène, du disque et du cinéma et une seconde qui concerne, comme son nom l'indique, **les créateurs en arts visuels, métiers d'art et littérature**. C'est 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*" (Loi S-32.01).

Ainsi, ce texte définit les **conditions de reconnaissance du statut d'artiste professionnel** et de leurs associations, et il balise les relations contractuelles entre les artistes et les diffuseurs (=personnes, organismes ou sociétés qui, à titre d'activité principale ou secondaire, opèrent à des fins lucratives ou non dans une entreprise de diffusion et qui travaillent avec des artistes). Cela concerne la vente, le prêt, la location, l'échange, le dépôt, l'exposition, l'édition, la représentation en public, la publication ou toute autre utilisation de l'œuvre d'un artiste.

Pour être reconnue comme artiste professionnel, une personne devra répondre à 4 critères :

- s'être déclaré artiste professionnel;
- créer des œuvres pour son propre compte;
- ses œuvres sont exposées, produites, publiées, représentées en public ou mises en marché par un diffuseur;
- recevoir de ses pairs des témoignages de reconnaissance comme professionnel, par une mention d'honneur, une récompense, un prix, une bourse, une nomination à un jury, la sélection à un salon ou tout autre attribution de même nature.

La loi québécoise fait donc du métier d'artiste **une profession comme une autre** et met en place des outils pour permettre sa rémunération: elle définit le statut professionnel et légifère sur le contrat écrit entre un artiste professionnel et le diffuseur. Les associations professionnelles reconnues par le gouvernement ont pour mission d'améliorer les conditions de vie et de pratique professionnelle des artistes adhérents.

En Belgique

Il existe chez nos amis belges et comme ailleurs 3 statuts différents :

- Fonctionnaire (et assimilé) pour les personnes travaillant dans le secteur public et nommées à titre définitif.
- Salarié pour les travailleurs liés par un contrat de travail à un employeur du privé.
- Indépendant pour les personnes ayant une activité professionnelle sans être fonctionnaires ou salariés.

Un artiste est **intégré** dans les profils existants et n'a pas de statut de sécurité sociale à part, avec des cotisations et/ou une protection séparées.

C'est la Commission Artistes qui délivre **le visa artiste** en déterminant si le demandeur réalise bien des prestations artistiques en basant sa décision sur des critères objectifs et pertinents qu'elle définira au fur et à mesure de sa jurisprudence. Ce visa est donc destiné **aux personnes non liées par un contrat de travail**, mais qui **fournissent des prestations artistiques contre une rémunération et pour le compte d'un donneur d'ordre**. En somme, des conditions similaires à un contrat de travail. Ce visa est nécessaire pour être assujéti à la sécurité sociale des travailleurs salariés et veut accorder une protection sociale plus efficace aux artistes créateurs et interprètes, aux artistes débutants et aux artistes qui travaillent au cachet.

La Commission Artistes fournit aussi une **carte artiste** au demandeur, ce qui lui permet de jouir du **régime des petites indemnités**. Cette carte est destinée **aux individus réalisant des prestations artistiques à petite échelle**. Cela permet de ne pas déclarer ces prestations à la sécurité sociale et aucune cotisation n'est demandée sur les indemnités. Autrement dit, cette carte est destinée **aux artistes amateurs**. L'artiste devra, cela dit, respecter **quelques règles** :

- Tenir un relevé de ses prestations et le garder sur son lieu de travail. La Commission Artistes fournit ce relevé en même temps que la carte artiste.
- Remplir ce relevé au plus tard au début de la prestation.
- Une indemnité doit couvrir une prestation artistique ne dépensant pas les 124,66 euros par jour. Cette indemnité est une indemnité de frais. Aucun justificatif n'est à fournir.
- L'artiste ne pourra recevoir plus de 2493,27 euros par année civile pour toutes ses prestations artistiques.
- L'artiste ne pourra pas réaliser ces prestations plus de 30 jours par année civile et au maximum 7 jours de suite pour un même donneur d'ordre.

Non indispensable, la **déclaration d'indépendant** permet à l'artiste d'obtenir une sécurité juridique protégeant son statut qui ne sera pas remis en cause par la suite si les informations fournies par l'artiste sont bien authentiques et complètes. Pendant 2 ans maximum, cette déclaration garantit au demandeur qu'il a effectivement le statut de travailleur indépendant pour les prestations réalisées. Pour obtenir une déclaration d'activités indépendantes, il faut que les prestations ne soient pas fournies dans des conditions socio-économiques similaires à celles dans lesquelles se trouve un travailleur salarié par rapport à son employeur.

Par le biais de son secrétariat, la Commission Artistes devra informer ses membres de leurs droits et devoirs de travailleur indépendant et/ou salarié et délivrer les différents éléments cités juste avant.

En Suisse

Si de Zurich à Genève, les pratiques fiscales sont différentes selon les cantons en matière d'art, peut-être est-ce aussi le cas lorsqu'il s'agit de définir ce qu'est un artiste professionnel. Difficile à dire. Néanmoins, le canton du Valais avait établi en 2012 **sa propre définition de l'artiste professionnel**.

Est donc considérée comme professionnelle toute personne répondant à au moins **deux des critères** listés ci-dessous :

1. Formation : avoir obtenu un diplôme académique ou professionnel reconnu dans son domaine.
2. Expérience : faire preuve d'une expérience professionnelle dans son domaine, qui consiste en une activité rémunérée exercée dans des institutions culturelles professionnelles et des réseaux reconnus.
3. Champ professionnel: être reconnu professionnel par des personnes ou institutions qualifiées de son champ d'expression artistique.

Ce champ d'expression artistique recouvre :

- les institutions et manifestations avec une programmation culturelle professionnelle ;
- les professionnels du domaine: artistes, programmeurs et, dans certains cas, agents ;
- les critiques et publications: médias généraux et spécialisés, études de spécialistes ;
- les jurys de concours reconnus : prix, résidences, bourses, achats d'œuvres.

Certains organismes et galeries contactés nous ont affirmé qu'en Suisse toutes les formes de revenus doivent être déclarées aux impôts et qu'un artiste professionnel peut déduire les coûts du matériel, atelier, etc.



Où exposer en ligne

La première idée qui revient souvent : **créer son site d'artiste peintre** afin d'être totalement indépendant, de ne pas être limité dans le type d'œuvre ou encore de vendre sans commission. C'est une belle carte de visite pour des clients potentiels ou admirateurs, car il est possible de faire le site à son goût. Mais d'abord, il faut acheter un nom de domaine, le faire enregistrer ou encore trouver un hébergeur web.

Vendre ses tableaux sur internet sur son propre site web, c'est comme avoir **sa propre boutique**, ce qui n'empêche pas non plus de passer par des «revendeurs» : les sites tiers (sites d'annonces et sites spécialisés).

Le site professionnel d'un artiste lui permet d'avoir son propre univers indépendamment des milliers d'autres artistes, de se démarquer, de personnaliser son interface. Il s'agit donc d'un investissement utile. **Voilà pour la théorie, car dans la pratique, les choses sont un peu plus complexes.** Vendre son art sur internet n'est pas aussi simple que beaucoup semblent le penser. Si c'est une bonne idée, il faut y apporter quelques précisions.

En effet, **le plus souvent**, les personnes accèdent au site d'un artiste en tapant son nom/pseudo directement sur Google. Ainsi, pour un **artiste manquant de notoriété**, vendre en ligne en ayant un site à son nom offre des débouchés limités alors que ses réalisations auraient pu intéresser du monde. Évidemment, certains pourraient tomber par hasard sur le site en question et le bouche-à-oreille se mettrait en place. Mais les chances restent assez minces.

De plus, **on ne peut se limiter** à une simple page avec quelques photos de ses œuvres. Cela donne un **aspect obsolète, impersonnel et souvent ennuyeux**. Il faut créer une ambiance, mais ne pas trop charger le site pour autant. Ce dernier deviendrait alors pénible à parcourir et au final également ennuyeux. **Les sites classiques de portfolio** peuvent être efficaces pour présenter son travail à des galeristes ou des professionnels du commerce pour des expositions ou des représentations futures. Mais cette catégorie de connaisseurs représente un pourcentage réduit du monde artistique en ligne. Le but est que le site plaise à tous ceux qui apprécient l'art, à monsieur tout le monde qui ne s'y connaît pas vraiment, etc. **L'art peut sembler assez pompeux, prétentieux. Il faut donc se rendre accessible.**

Mais attention. Si l'on pense pouvoir faire un site totalement à son image, on se trompe. **Les hébergeurs web gratuits ou payants disposent de leurs propres règles et options**, ce qui peut limiter votre esprit créatif et l'élaboration de votre

site tel que vous le rêviez. Il faudra donc faire des compromis afin de rendre cette galerie virtuelle accueillante, mais pas impersonnelle.

Il existe aussi les **galeries virtuelles** (plusieurs ont été référencées plus bas). Une bonne idée en soi, d'autant qu'elles sont très nombreuses. Seulement voilà, toutes ne sont pas accessibles et bien souvent, elles sont payantes pour jouir d'une meilleure visibilité ou tout simplement dès l'inscription. De plus, chacun de ces sites recense un grand nombre d'artistes ; il est donc difficile de faire sa place au soleil, car rien ne garantit que quelqu'un puisse remarquer les travaux d'une personne. À moins d'être en mesure de générer du trafic vers la page de la galerie virtuelle et ensuite de savoir inciter les clients à acheter, les probabilités de succès sont assez réduites. Il faut bien s'imaginer que cela équivaut à faire une exposition collective dans une maison avec plusieurs milliers de pièces. Donc difficile de sortir du lot.

Qu'il s'agisse d'un site personnel, d'un site multi-artistes ou autres, on peut aussi se retrouver avec de la publicité intrusive et des liens vers d'autres entreprises incrustés sur sa page. Certes, il existe des bloqueurs de pub, mais ils peuvent se montrer limités par moment car ils peuvent bloquer l'accès à la page ou laisser la publicité toujours active. En plus, ces publicités incitent le visiteur à quitter le site de l'artiste en détournant son attention alors que justement, il devait consacrer son temps à découvrir les œuvres.



Peu importent les sites retenus pour vendre vos réalisations, il vous faudra rédiger une **description** contenant des informations indispensables et la transmettre pour chaque site (dans le respect des conditions d'utilisation des sites en question) sur lequel vous communiquez.

La première des informations est bien évidemment la **photo**. Faites en sorte qu'elle soit de bonne qualité. Attention aussi, certains sites peuvent avoir des restrictions en matière de fichier (format, taille, etc.).

Ensuite, pensez à préciser quels furent vos **outils** (peinture, pinceaux, crayons, etc.) et supports. Cela aidera les sites à référer votre annonce et ainsi cela augmentera vos chances pour qu'un acheteur puisse trouver votre annonce sur le site et décider d'acheter votre œuvre plutôt qu'une autre.

Précisez aussi le **format et les dimensions**. C'est le genre d'informations utiles pour un acheteur lorsque celui-ci veut habiller un emplacement en particulier de son domicile.

Il peut être aussi intéressant d'expliquer en quelques mots **la démarche artistique** liée à l'œuvre et de donner **vos sources d'inspiration** même si cela peut sembler évident.

Enfin, vous pouvez profiter de cette annonce pour glisser une **autre information** afin de vous faire de la pub gratuitement. Par exemple, la date et le lieu d'une expo à laquelle vous participez.

Voici quelques sites (galeries, "petites-annonces" et multi-commerces) où il est possible de montrer son travail et de vendre ses œuvres.

Le Bon Coin (et sites similaires) permet de ne pas avoir d'intermédiaire, de fixer son propre prix et d'interagir de particulier à particulier. L'inscription et le dépôt d'annonce sont gratuits et différentes options payantes permettent de déposer plus de photos ou de "booster" la visibilité de l'annonce. Ce site ne prenant pas en charge la logistique, l'artiste devra donc se charger du conditionnement et de l'envoi de l'œuvre. Ce site est victime de son succès, les cas de fraude sont fréquents, donc le vendeur devra prendre ses précautions afin de s'assurer de bien être rémunéré lors d'une transaction.

Ebay n'est plus aussi incontournable que par le passé, mais reste un site qui compte. Ebay est probablement le plus grand site de vente aux enchères dans le monde. Mais comme pour Le Bon Coin, les visiteurs ne passent pas forcément beaucoup de temps sur le site ou alors recherchent davantage les bonnes affaires

que les toiles d'artistes. Enfin, il faut tenir compte de la concurrence chinoise et des pays de l'Est. Ces pays vont proposer des toiles à des prix très très bas.

Amazon Handmade est donc le volet artistique de ce géant du e-commerce. Des milliers de magasins utilisent Amazon comme principale source de chiffre d'affaires. Handmade est présente sur 5 marchés européens (Royaume-Uni, Allemagne, Italie, Espagne et France) et permet de vendre à des millions de personnes dans le monde. Cela étant dit, cette boutique s'adresse aux artisans uniquement et ses conditions d'accès sont très strictes.

Artsper est un poids lourd de la vente en ligne d'art contemporain qui se concentre sur des artistes encore peu connus, mais au fort potentiel. Cela dit, ce site ne travaille qu'avec des galeries d'art partenaires (un réseau très dense!). Les particuliers ne pourront donc vendre leurs œuvres par le biais de ce site ni même être aidés dans des démarches d'expertise. Par contre, l'artiste peut entrer en contact avec les galeries partenaires pour espérer être présent sur le site. Bref, un site de grande qualité, mais orienté vers les artistes confirmés et ayant déjà un certain réseau. **Paddle8** est aussi un excellent site, similaire à Artsper.

Art Majeur propose de créer sa galerie virtuelle. Celle-ci est limitée à 10 images si on ouvre un compte gratuit. Et lors de la vente d'une œuvre, le site prélève une commission de 10%. Dans la version payante, le nombre d'images dans la galerie est illimité et il n'y a plus de commission. Ce site offre la possibilité de vendre des impressions haut de gamme, de vendre les fichiers images et d'autres options selon le type de compte choisi. Une autre option payante est également disponible à savoir la création d'un site d'art professionnel permettant ainsi de vendre directement des créations sur son propre site et d'avoir un nom de domaine professionnel.

Art Actif décline de nombreuses formules payantes possédant chacune différentes options qui se cumulent lorsque l'on prend un abonnement supérieur. La commission est de 5% et le nombre d'œuvres est illimité. Parmi toutes les options comprises dans les formules d'abonnement, le site propose des présentations illustrées et multilingues, un classement par thèmes et spécialités afin de garantir une meilleure recherche, la mise en avant d'un minimum de 12 œuvres de l'artiste, de la promotion par newsletter ou encore la création de sites personnalisés.

Le Carré d'Artistes se veut être une alternative sur le marché de l'art en proposant des œuvres abordables pour le plus grand nombre et ainsi en démocratisant l'art contemporain. Le site propose une boutique en ligne, mais les artistes ne s'inscrivent pas comme sur les deux sites précédents. Ils doivent envoyer un dossier de candidature afin de faire partie des artistes membres et de bénéficier des services du site (logistique, promotion, expositions dans les

galeries). Les œuvres sont exposées successivement dans les différentes villes du réseau Carré d'Artistes. La durée des expositions temporaires est d'un minimum de six mois par galerie et au terme de chaque exposition, les œuvres sont transférées par Carré d'Artistes dans une autre galerie du réseau.

Etsy est une plate-forme sur laquelle se croisent des personnes du monde entier pour fabriquer, vendre et acheter des pièces uniques. On y retrouve des articles faits main, des objets vintage (+ de 20 ans d'âge) et des fournitures créatives. L'inscription y est gratuite comme l'ouverture d'une boutique virtuelle néanmoins il existe des frais. La mise en vente et les frais de traitement vous coûteront quelques centimes d'euro. Les frais de transaction sont eux de 3.5 à 4% selon le type de paiement.

Artprice est un des leaders mondiaux de l'information sur le marché de l'art. On y retrouve une gamme d'œuvres très variée artistiquement et financièrement (d'une centaine d'euros à plusieurs millions pour une toile de Maître). La consultation des œuvres est gratuite et toutes les annonces sont vérifiées par des experts avant d'être validées. Le site met aussi à disposition des articles de presse sur le marché de l'art et du design. Bref, ce site propose beaucoup de services, mais une grande partie de son accès nécessite de payer un droit d'entrée. Cela peut limiter singulièrement son utilisation pour un amateur.



Galerie Création est un site réservé aux artistes, artisans d'art et aux créateurs d'œuvres originales. Qu'ils soient professionnels ou amateurs. Le site a opté volontairement pour un design graphique neutre afin de valoriser les images des utilisateurs. Il se veut le plus simple possible, un artiste peut donc

rapidement créer sa galerie d'exposition, rédiger sa présentation, avoir un blog personnel sur lequel communiquer son actualité, être contacté via formulaire ...

ArtQuid permet d'avoir gratuitement une galerie 3D et d'y exposer 10 œuvres tout en en mettant une en avant. La formule payante relève les limites du nombre d'œuvres exposées et propose d'autres options comme la préservation des œuvres contre le détournement par empreinte de protection, la vente directe aux acheteurs, la publication d'articles sur un blog personnel, etc. Les acheteurs et les artistes sont en contact direct sans intermédiaire. La vente peut donc se faire en dehors d'ArtQuid sans commission. Si les interlocuteurs souhaitent sécuriser leur transaction, ArtQuid prélève une commission de 10% sur le montant total versé.

ArtPal est un site américain permettant aussi d'afficher gratuitement ses œuvres. Le site propose aussi un service d'impression. Dans ce cas, l'artiste reçoit l'intégralité des bénéfices de la vente (après avoir soustrait le coût de l'impression). Si l'artiste vend un original, la commission du site est de 5%. Les artistes peuvent vendre n'importe quel type d'œuvres (gravures, bijoux faits main, peintures...). Un site très riche pour les collectionneurs.

Abstract Art Gallery est, comme son nom l'indique, dédié à l'art abstrait. Ce site permet aux artistes d'entrer en relation avec des collectionneurs du monde entier. L'inscription est gratuite et chaque artiste obtient une page de profil/portfolio. L'artiste livre au client et reçoit 80% du prix d'achat.

Et là, il ne s'agit que d'une petite partie des sites disponibles. On aurait pu citer **WeoneArt, DeviantArt, ArtiSho, Odexpo, UpSideArt, Vango, Art Storefronts, Kunstmatrix, ArtSquare** ...

Avant l'explosion du net, ces galeries avaient un sens et un certain intérêt. D'autant plus que bien souvent, ces sites s'occupaient de toute la logistique, du paiement à l'expédition. Maintenant, il n'y a probablement plus que les artistes ayant déjà une certaine notoriété qui peuvent vraiment se contenter uniquement de ces galeries virtuelles.

Les choses changent et avec des outils comme PayPal, les artistes peuvent gérer leurs propres ventes. De plus avec les réseaux sociaux, tous les artistes peuvent présenter leurs réalisations avec **beaucoup plus de liberté** et **d'interaction** avec leurs fans/abonnés/clients, etc. Chacun peut enfin contourner les limites des moteurs de recherche et des galeries d'art "en vrac". Les artistes entrepreneurs attirent plus facilement des "followers" en publiant **régulièrement** des éléments : leurs œuvres finies ou en cours d'élaboration par exemple. D'autres partagent des moments de leurs vies ou des expériences artistiques. Cette approche

augmente l'interaction avec les fans et cela sur un outil qui facilite déjà grandement les échanges. Sans oublier l'apport des téléphones portables dans ces échanges, immédiat, partout, tout le temps.

Ainsi, les réseaux sociaux ont joué un rôle déterminant dans l'évolution d'internet et constituent **un nouveau moyen** pour présenter ses œuvres, se faire connaître, attirer plus de personnes, voire faire des expositions. Mais pour rester attractif et visible, il faut garder une certaine activité sur le ou les réseaux sociaux utilisés. Le risque est alors **de passer plus de temps à partager des éléments qu'à produire des œuvres ou de voir la page se détourner de son but premier**, les abonnés pouvant délaisser petit à petit la page en question. Il faut donc garder à l'esprit que ce genre d'outil doit être **dédié à l'art et ne pas être trop chronophage**. Comme autres éléments à partager, l'artiste peut montrer ses **lieux préférés** pour créer, ses **nouveaux outils** pour dessiner ou peindre ou encore indiquer sa **participation/présence** à différentes expositions comme simple visiteur ou intervenant. Pour maintenir une activité au sein de sa communauté, l'artiste peut aussi proposer de faire **gagner une œuvre, demander l'avis de sa communauté** sur le prochain sujet à représenter. Il faut que ces informations partagées restent dans le cadre artistique sans pour autant noyer le lecteur sous trop d'éléments. Encore et toujours, un équilibre à trouver.

L'artiste doit aussi être **joignable** afin de répondre aux questions de ses fans, des médias ou pour vendre. Une adresse mail dédiée à cela est une bonne chose et elle devra être visible dans la section consacrée.

Il y a aussi le risque de voir ses travaux détournés et utilisés par d'autres. Ce risque est réel pour n'importe quel support web donc il est conseillé de marquer ses œuvres avec une signature. Une **empreinte digitale** posée sur œuvre par exemple. Cela ne gênera pas le visionnage de l'œuvre et limitera la réutilisation sauvage.

Les impressions sur différents supports

Une autre solution est également envisageable. **Vendre ses œuvres imprimées sur des produits dérivés**. Différents sites existent, comme [Redbubble](#) (pour mémoire, nous vous en parlions en début d'année), **Legendya**, **Curioos** ou **Art.com**. De telles plateformes constituent un autre moyen de trouver des clients et de vendre son art. D'ailleurs, certains artistes confirmés comme [Cyril Rolando](#) (que nous avons interviewé cet été) proposent également des impressions de leurs œuvres par le biais de ce genre de sites.

C'est une façon différente de **promouvoir ses œuvres** et d'**attirer de nouvelles personnes**, pas forcément intéressées par l'art au départ. En effet, les produits

dérivés jouissent d'une popularité exponentielle année après année. Dans un passé (pas si lointain), se balader avec un gros imprimé sur un tee-shirt, c'était prendre le risque de se faire cataloguer comme "Geek", "No-Life" ou que sais-je encore. Collectionner des mugs semblait enfantin ou avoir une coque de téléphone originale était délicat, car tous les motifs étaient identiques et les motifs originaux pas forcément disponibles selon la marque du téléphone... Aujourd'hui, les choses ont bien changé et il y a **une véritable culture autour de ces objets**.

D'autant plus que les produits dérivés ne concernent pas uniquement les vêtements en tous genres, les coques de téléphone ou les mugs. Horloges murales, housses, coussins, impressions encadrées ou non, sur toile ou support rigide, tentures murales, stickers, cahiers, calendriers, sacs... Il y en a pour tous les goûts et tous les genres. Si sur ces sites on trouve globalement des produits similaires, c'est à l'artiste de dénicher ceux qui proposent les produits de meilleure qualité et une impression respectant l'œuvre.

Le **système de tarification** est différent de celui des galeries (virtuelles ou traditionnelles). On ne parle pas ici de frais de vente ou de commission, mais d'**un prix de base ou de départ**. En effet, ce dernier doit couvrir les coûts de fabrication et d'exploitation d'un produit proposé à l'artiste. Ce dernier ajoute sa marge de bénéfice et on arrive alors au prix de vente à l'unité du produit pour le client final (plus les éventuels frais de transport).

Les impressions, ventes et expéditions **sont gérées par les sites** tout comme le SAV, laissant ainsi le temps à l'artiste de créer et de choisir le(s) support(s) d'impression(s) le(s) plus adapté(s) selon lui.

Les produits dérivés constituent donc un très bon moyen pour toucher un public "âgé de 9 à 99 ans", de réunir des mondes opposés. Mais encore une fois, à condition que l'artiste s'y intéresse un minimum en choisissant des produits dérivés en cohérence avec son univers. Cette solution peut venir en complément des autres précédemment citées et, selon ses projets, être pour l'artiste une source de revenu complémentaire à étudier.

Fixer un prix de vente

Avant de nous quitter, il fallait évoquer une dernière problématique : **le prix de vente d'une réalisation**. Une œuvre ne dispose pas de réelle utilité pratique, établir un prix est donc encore plus délicat.

De plus, parler d'argent n'est pas toujours simple notamment en France où le sujet est régulièrement bloquant. Mais sans vouloir faire de la psychologie de comptoir,

il s'agit surtout de ne pas sous-évaluer son travail ou encore moins de le surestimer. Si une peinture ne dispose donc pas d'un facteur pratique (comme une voiture, un pc ou autre), elle jouit cependant d'**une valeur émotionnelle**. Ainsi, il est assez subjectif d'évaluer une œuvre ; d'autant plus, que sauf erreur, la fixation d'un prix est libre et sans réglementation. Cela dit, pour s'aider, il est possible de prendre plusieurs choses en compte.

Vendre au bon prix nécessite d'avoir un peu d'**expérience et de recul** afin de jeter un regard objectif sur son travail. Cela veut dire :

- être capable de repérer ses erreurs techniques (justesse du dessin, harmonie des couleurs, complexité de la composition)
- savoir s'évaluer par rapport aux autres artistes,
- identifier les artistes de même niveau.

Les concurrents et les lieux de vente

Si on maîtrise les 3 points précédents, alors on peut commencer par **relever les tarifs des concurrents de même niveau, utilisant les mêmes techniques**. Les relevés de prix se font par exemple en grande distribution donc dans le cadre artistique, il n'y a pas de raison pour que les choses soient différentes.

Les **lieux de vente** sont aussi à prendre en compte. Comme on a pu le voir, les sites ne pratiquent pas tous la même tarification et les salles de vente y compris. De plus, on ne pratique pas les mêmes tarifs dans la salle des fêtes de son village que dans une galerie plus prestigieuse. Ces différences de prix s'expliquent par les commissions que les artistes doivent éventuellement verser à des agents, aux galeries, sans oublier la réputation dont ils jouissent déjà dans certains cas.

Quoi qu'il en soit, il est possible de se constituer une base de données personnelles et un prix moyen pourra être défini. Sans compter qu'Internet permet de faire assez rapidement ce genre de relevés.

Le matériel de l'artiste, la technique utilisée et le format

Il faut prendre également en compte le **coût du matériel**. La qualité des matériaux de base (comme dans tous les domaines d'activité) influe sur la valeur finale d'une toile. Comme au restaurant, un menu dans un fast-food coûtera moins cher qu'un repas dans un établissement étoilé.

La **technique utilisée** entre également en ligne de compte. Certaines sont plus appréciées que d'autres et probablement pour des raisons très subjectives. Comme nous avons pu le voir dans [les fiches médiums](#), la peinture à l'huile bénéficie d'une solide réputation et domine l'aquarelle par exemple. Du moins dans certains esprits. Mais il est vrai que **plus la technique sera délicate (et maîtrisée), plus le prix de vente pourra être élevé**. La maîtrise est un signe de qualité mais aussi d'économie sur la future restauration de l'oeuvre ! Si une oeuvre s'abîme rapidement une fois chez le client et que ce dernier doit recourir au service d'un restaurateur, cela impactera la réputation de l'artiste. Le format et la composition auront aussi une influence sur le tarif. C'est pourquoi la grille tarifaire est répandue dans le milieu artistique afin de se faciliter le travail. Elle sera réalisée en fonction du matériel utilisé par l'artiste.

Par exemple en France, les 3 types de formats standards de châssis entoîlés sont : la figure, le paysage et la marine dont voici les dimensions en cm.

| N° | Figure | Paysage | Marine |
|-----|-----------|-----------|----------|
| 0 | 18 × 14 | 18 × 12 | 18 × 10 |
| 1 | 22 × 16 | 22 × 14 | 22 × 12 |
| 2 | 24 × 19 | 24 × 16 | 24 × 14 |
| 3 | 27 × 22 | 27 × 19 | 27 × 16 |
| 4 | 33 × 24 | 33 × 22 | 33 × 19 |
| 5 | 35 × 27 | 35 × 24 | 35 × 22 |
| 6 | 41 × 33 | 41 × 27 | 41 × 24 |
| 8 | 46 × 38 | 46 × 33 | 46 × 27 |
| 10 | 55 × 46 | 55 × 38 | 55 × 33 |
| 12 | 61 × 50 | 61 × 46 | 61 × 38 |
| 15 | 65 × 54 | 65 × 50 | 65 × 46 |
| 20 | 73 × 60 | 73 × 54 | 73 × 50 |
| 25 | 81 × 65 | 81 × 60 | 81 × 54 |
| 30 | 92 × 73 | 92 × 65 | 92 × 60 |
| 40 | 100 × 81 | 100 × 73 | 100 × 65 |
| 50 | 116 × 89 | 116 × 81 | 116 × 73 |
| 60 | 130 × 97 | 130 × 89 | 130 × 81 |
| 80 | 146 × 114 | 146 × 97 | 146 × 89 |
| 100 | 162 × 130 | 162 × 114 | 162 × 97 |
| 120 | 195 × 130 | 195 × 114 | 195 × 97 |

Les frais fixes

Cela englobe loyer, électricité, eau, etc. Si la personne travaille à son domicile, ces frais sont moins élevés.

Expliquer son parcours

Un acheteur voudra certainement savoir d'où vient l'artiste. Le **parcours** d'un artiste aide à justifier un prix de vente. Les **diplômes** jouent en la faveur de l'artiste car ils sont la preuve d'un potentiel artistique et d'une probable plus-value lors de la revente de l'oeuvre. Pas de panique si certains n'ont pas de diplômes d'art. Il est également possible d'évoquer les victoires à des concours, le nombre d'expositions personnelles ou collectives auxquelles l'artiste a participé, les ventes déjà réalisées ...

Fixer un prix sans prendre en compte les différents éléments cités juste avant c'est partir "au combat la fleur au fusil". Avec un **prix trop élevé**, les connaisseurs (ou non!) vont boudier ses réalisations et un **tarif ridiculement bas** ne permettra pas à l'artiste de voir son travail justement récompensé. Dans tous les cas, le doute pourra s'immiscer. Et en tant que nouveau sur le marché de l'art, il vaudra mieux commencer avec des prix un peu plus bas que ceux de ses "concurrents" pour les augmenter par la suite, une fois que l'artiste verra sa réputation se confirmer. De plus le fait de commencer avec des prix élevés pour les baisser ensuite (par manque de clients par exemple) affectera sans doute la réputation ou l'image de l'artiste. Plus exactement, une baisse a un mauvais impact si elle est généralisée sur toutes les oeuvres et si elle est permanente.

Enfin, certains peuvent penser à utiliser leur **réseau**. Dans l'absolu, oui, faire jouer son réseau (quand on en a un !!) peut s'avérer utile pour accroître sa notoriété plus rapidement, exposer, vendre et augmenter ses tarifs. Mais attention à ne pas céder à la tentation de la surestimation. Bien souvent, un œil averti saura rapidement différencier un effet volontaire d'un raté, un artiste avec de l'avenir d'un coup de poker.

Il ne faut pas non plus penser que plus on aura passé de temps sur une oeuvre, plus on pourra fixer un prix élevé. Malheureusement, le **critère de temps** ne pèse pas forcément bien lourd.

En résumé :

- Être le plus visible possible sur le net et donc s'inscrire sur plusieurs sites. Générer des interactions avec ses différentes pages/sites. Mais cela veut dire qu'il faudra passer du temps à gérer les pages personnelles.
- Partager régulièrement et soigner la moindre publication (texte, photo...) et insérer des mots clefs dans les textes afin d'améliorer sa visibilité lors d'une recherche faite par un acheteur.
- Prendre conscience qu'un abonnement à un site n'est pas synonyme de ventes assurées, même si on vous dit talentueux.
- Être "accessible", joignable. Donner le plus d'informations possible sur les œuvres à vendre (technique, prix, taille...). Les gens n'aiment pas perdre du temps à demander, car dans une galerie classique, ces informations sont disponibles.
- Faire une présentation personnelle simple et expliquer sa vision de l'art, ses buts et sa sensibilité. Le net est assez impersonnel de base donc parler un peu de soi permet de créer des liens avec les personnes.

Vendre sur internet n'est donc pas aussi simple contrairement à ce que beaucoup pouvaient penser. Il ne suffit pas d'ouvrir une galerie, de monter un site ou de s'inscrire sur un réseau social. Aucune solution n'est véritablement parfaite et chacune comporte des défauts bien handicapants (visibilité), frustrants (nombre limité d'œuvres à exposer) ou chronophage (répondre aux commentaires et faire fi des "rageux").

Après, tout dépend de son degré d'implication, du temps et de l'argent que l'on veut y consacrer. On peut très bien se contenter d'une galerie ou d'une page Facebook et attendre de voir venir, de faire son petit bonhomme de chemin. D'autres préféreront associer ces différents outils web afin de gagner en lisibilité (mais aussi potentiellement augmenter la charge de travail hors production artistique).

Chacun doit dès le départ savoir ce qu'il veut vraiment. Connaître les éventuelles restrictions liées aux lois de son pays et ensuite mettre en place un plan d'action plus ou moins important selon ses projets.