

EDITION 2020
GUIDE
ARTISTE

AMYLEE.FR LE MAGAZINE DE
L'ARTISTE ENTREPRENEUR



L'ARGENT *et l'artiste*

- 
- *Notions clés*
 - *Fixation des prix*
 - *Outils & Réflexes*
 - *Bons plans*
 - *Arnaques*

UN GUIDE
à destination
de l'artiste

Amylee

EDITION NUMERIQUE

PRÉSENTATION DE L'AUTEURE



Artiste peintre professionnelle représentée en galeries d'Art en Angleterre, en Autriche, à New York ainsi qu'à Barcelone, **Amylee Paris** est également une consultante active pour les plus grandes marques artistiques, et la responsable éditoriale du magazine de l'artiste entrepreneur | amylee.fr. Ce magazine en ligne regroupe de précieux conseils sur le métier d'Artiste peintre, des articles en accès libre, des rendez-vous en ligne personnalisés, des guides à télécharger et des webinaires afin d'accompagner les artistes aspirants en recherche de réponses et d'orientations pour transformer leur passion en métier. Après avoir vécu à Nîmes, Toulouse, Paris et Londres, **Amylee** travaille et vit maintenant au coeur de la France.



Retrouvez toute l'actualité de
l'artiste peintre Amylee Paris

portfolio : amylee.paris

magazine : amylee.fr

@AmyleeParis

sur Instagram - Twitter - Facebook Page

MENTIONS LÉGALES

Tout droit de traduction, de reproduction et d'adaptation réservés pour tout pays. Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation publique. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement des auteurs ou de ses ayants cause, est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L.335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

© 2020 Amylee Paris – Livre numérique mis en ligne mai 2020

Les marques, images ou personnes citées dans le présent ouvrage restent entièrement la propriété de leurs détenteurs. Si vous apparaissez et que vous souhaitez modifier ou retirer une information, envoyez une simple demande par e-mail à contact@amylee.fr.

POURQUOI ECRIRE CE LIVRE ?

Parce que j'ai eu besoin d'un **tel guide** à mes débuts dans le métier et que je ne trouvais rien de satisfaisant sur Internet ou dans les livres.

Parce que je suis **artiste peintre** et que j'ai toujours eu envie de voir la réalité autrement, avec des yeux neufs.

Parce que j'ai voulu faire du **blog amylee.fr**, un magazine riche en ressources de qualité et en expériences authentiques.

Parce qu'on m'a tellement dit que **je n'y arriverais jamais...**

Parce que je vois toujours un bouquet de fleurs à la place d'une palette constellée de taches de peinture.

Parce qu'**échanger avec d'autres artistes** ou acteurs du milieu de l'Art m'enseigne tellement de choses.

Parce que j'accumule une **belle expertise** au fil des années et que mon œil a changé.

Parce que j'ai rédigé **plus de 1400 posts** sur mon blog et qu'ils constituent maintenant une mémoire qui perdure par le partage et la circulation de l'information !

Parce que j'ai l'espoir que ce livre permettra au lecteur artiste ou à tout autre esprit créatif d'**entamer une transformation** qui l'aidera à prendre soin de son art ou à en vivre.

Parce qu'il y a des gens qui ont toujours cru en moi.

Parce que **peindre et écrire** sont mes deux passions dans la vie.

Parce qu'il ne faut surtout pas penser comme tout le monde.

Parce que se **mettre en danger** de temps en temps, c'est excitant.

Parce qu'il faut avoir l'esprit ouvert car, dans la vie il a des gens qui nous aiment et d'autres qui ne nous aiment pas.

Parce j'y suis arrivée. Alors, pourquoi pas vous ?

Parce que les artistes ont tous un talent personnel et qu'il faut réapprendre à se faire confiance.

Parce j'en ai assez de voir circuler des idées recues sur l'artiste maudit.

Parce qu'on finit toujours par faire dans la vie ce qu'on aime faire.

C'est pour toutes ces raisons que j'ai écrit ce livre.

Je le veux moderne, accessible et proche de vous.

Merci à vous, chers lecteurs, chers abonnés, pour votre soutien depuis les débuts du blog en 2009. Je n'ai pas vu le temps passer !

Conçu comme un guide pratique, cet ouvrage est ponctué d'explications bienveillantes et fonctionnelles.

Vous y trouverez toutes les clés, les recettes, les solutions, les bons gestes que j'utilise moi-même ou que je connais pour valoriser mon Art, mes tableaux, mes événements.

Je souhaite vous ouvrir les portes d'un atelier plus efficace, plus audacieux, plus productif.

Je vous invite à enfiler votre tablier de travail et à entrer dans ce livre, les pupilles en éveil et le carnet de notes à la main !

Amylee

SOMMAIRE

1. La Passion avant l'Argent	8
Le flow artistique	8
L'argent tabou	9
L'argent créateur	10
Vivre de sa passion	11
2. La pensée destructrice	13
La critique	13
Les pensées limitantes	15
Les craintes immobilisantes	17
La programmation inconsciente	18
A la recherche de nos valeurs	19
3. La pensée créatrice	20
Suivre ses envies	20
S'aligner à ses valeurs	21
Observer son comportement	22
4. D'amateur à professionnel	26
Le profil de l'artiste amateur	27
L'artiste amateur devient professionnel	28
Deux types d'artiste "amateur"	29
Vendre sans se déclarer	29
Les obligations de l'artiste	29
Les archétypes financiers chez l'artiste	30
5. Les revenus artistiques	33
Quand les prévoir ?	33
Comment les diversifier ?	33
6. Valeur, cotation, prix	42

L'argent & l'artiste

La valeur marchande	42
La cotation d'un artiste	43
La cohérence des prix	44
Les réflexes à adopter	44
L'augmentation des prix	46
Les types de prix	47
7. Estimation de ses œuvres	52
Méthode 1 - AIDOPRIX, le tableau d'Amylee	52
Méthode 2 - Le calcul au point	57
La rémunération des interventions artistiques	60
La négociation des prix	61
Répondre aux objections	62
Offrir son art pour être visible ?	63
8. Provoquer les ventes	64
Être visible	64
Trouver sa cible	65
Créer l'événement	66
9. Les actions pour vendre	73
Développer son audience	73
Renforcer la satisfaction client	75
Utiliser le marketing digital	77
10. Les fondamentaux pour multiplier les contacts	82
La newsletter ou l'infolettre	82
La boutique en ligne	85
Les mentions légales	87
11. L'art d'être en règle	89
Les sorties d'argent	91
Les outils de paiements 2.0	92

L'argent & l'artiste

Le suivi et la gestion	96
12. L'argent et ses excès	98
Les 4 erreurs à éviter sur le web	98
Les œuvres d'arts soldées	102
Les arnaques à l'art	105
Comment éviter les arnaques ?	III
Etre vigilant et attentif	112
ANNEXE I	115
Astuces "Recyclage & Economie"	115
ANNEXE II	118
Check-List : vérifier sa stratégie de vente	118
ANNEXE III	120
Exposer en ligne	120

I. La Passion avant l'Argent

Le flow artistique

Quand un artiste crée, il est dans l'euphorie créatrice, le flow artistique, le nirvana.

Le pinceau à la main, le regard concentré sur le geste, il donne vie à l'idée et au plaisir qui en découle.

Je suis certaine que vous connaissez cet instant d'extase stimulant. Ce moment précieux, excitant où l'on perd toutes notions du temps et d'espace.

On se trouve alors dans un état mental qui rassemble ce que l'on aime et ce pour quoi on est doué. On se sent tellement capable. Tout en chantonnant ou sifflant, on se plonge dans le faire, dans l'accomplissement, dans cette concentration de plein engagement et de satisfaction personnelle. On entre dans un plaisir créatif intense.

Le flow, c'est ce juste équilibre entre défis et compétences, ce moment sûr, précis, productif qui fait savourer le processus créatif.

L'attention se focalise dans le présent. L'esprit fusionne avec la main, le contrôle est total et gratifiant !

Avez-vous déjà ressenti cet état de flow artistique ?

J'en suis certaine.

Dans le processus créatif, l'artiste oublie tout, le quotidien, les soucis et bien entendu l'argent que lui rapportera, ou non, l'œuvre face à lui.

L'argent tabou

Chez les artistes français, le malaise face à l'argent est bien présent. On parle d'argent à mots couverts. On a peur d'être mal vu, d'être rejeté du groupe, d'être critiqué, jugé.

L'argent n'a pas bonne presse, peut-être parce que ce dernier infiltre tous les aspects de la vie de l'artiste, parce qu'il est lié au profit, qu'il suscite des envies mais surtout des croyances.

Il serait hypocrite et mensonger d'affirmer que gagner de l'argent grâce à son Art ne compte pas. Si l'on en revient d'ailleurs à l'étymologie du mot " œuvre " (opus en latin), le même mot désigne le travail comme activité pratique et le produit de ce travail. L'œuvre est un travail et tout travail mérite salaire.



L'argent & l'artiste

Et pourquoi ?

- *Parce que l'argent gagné grâce à son Art facilite son quotidien*
- *Parce que l'argent contribue à renforcer sa confiance en soi*
- *Parce que l'argent joue un rôle fondamental dans le développement d'un Art*
- *Parce que l'argent, c'est l'indépendance de l'artiste*
- *Parce que l'argent est un bon serviteur*

"Quand on y pense, ce n'est pas l'Art, mais l'argent qui coûte cher."

L'argent créateur

Avant, je considérais que l'argent, la vente, le marketing étaient forcément de mauvaises choses, peu éthiques, qui poussaient aux dépenses.

Sauf que, lorsqu'on souhaite se lancer dans une activité artistique, **communiquer** **ET vendre** sont les priorités...

Même si on n'aime pas se montrer.

Même si on n'aime pas vendre.

Même si on n'a jamais eu de cours de marketing ni vendu quoi que ce soit avant.

Et pourtant, la survie de son artiste en dépend...

C'est difficile, je sais et cela demande un certain courage d'encaisser des regards, des incompréhensions, des questions, d'apprendre de nouvelles choses quand on décide de vivre de son Art.

Gagner de l'argent et jouir d'une vie épanouie en tant qu'artiste peintre, sculpteur, photographe est louable et tellement inspirante.

Toutefois, et là est le piège, il ne faut pas que l'argent devienne une question prioritaire lorsque l'on crée.

L'argent & l'artiste

L'objectif est d'exploiter sa passion, son énergie, ses idées et sa capacité à délivrer de la valeur si l'on souhaite avoir une chance de connaître le succès.

Quand on est artiste en cours de professionnalisation ou artiste professionnel, on ne peut pas faire l'impasse sur les affaires d'argent. Si c'est du charabia au début (et je le conçois tout à fait), il va falloir se former, se documenter, lire.

En tant qu'artiste entrepreneur, on doit connaître les bases, pas forcément être expert dans tout, mais savoir de quoi on parle, et c'est dans ce but, que j'ai rédigé ce livre sur l'argent.

L'argent ne doit pas nous perdre, nous les artistes !

BON A SAVOIR

Ne jamais commencer une carrière artistique pour l'argent.

Commencer une carrière artistique pour la différence.

Vivre de sa passion

Plus je vends, plus je peux peindre pour gagner ma vie. Ce métier correspond à mes objectifs, il me fait sentir utile et surtout il est source d'ultime bien-être. C'est une activité qui booste ma créativité, mon estime, ma confiance, et qui me permet de me sentir à ma place.

Avec le temps, j'ai appris à apprécier mes ventes, parce que je préfère toujours le tableau à faire que celui déjà verni, parce que j'apprécie de voir mes tableaux quitter l'atelier. La première vente fut terrible, un déchirement, mais avec la pratique et le recul, ça devient un soulagement.

Vendre un tableau, c'est offrir à notre création une deuxième vie : la première c'est celle de l'atelier, la deuxième celle d'appartenir à une autre histoire, un autre foyer.

L'argent & l'artiste

Contrairement à ce qu'il est permis de penser, le besoin d'argent, et même l'amour de l'argent, sauve les artistes de la pauvreté, du désarroi, de la folie.

S'il est vrai que l'argent facilite beaucoup les échanges et le commerce, c'est une invention géniale (parfois une source de problèmes mais ceci est dû à certains comportements humains plutôt qu'à l'invention elle-même).

BON A SAVOIR

"Choisissez un travail que vous aimez et vous n'aurez pas à travailler un seul jour de votre vie."

Confucius



2. La pensée destructrice

La critique

En France, quand un artiste parle d'argent, les critiques fleurissent. Si j'avais écouté les critiques, les trolls, les haters qui me laissaient des commentaires peu encourageants à mes débuts en 2009 sous mes articles du blog amylee.fr, vous n'aurez pas eu accès à ce livre numérique aujourd'hui.

Si vous saviez le nombre de commentaires indéliçats que je reçois quand je diffuse une publicité sur mon art ou sur mes livres. Des personnes s'offusquent parce que je parle « d'artiste entrepreneur », parce que j'utilise l'expression « vivre de son art » ou que je manie le marketing pour communiquer sur mes tableaux ou mes écrits.

Face à la critique, on a le choix entre plusieurs comportements. Il n'y a pas de bon ou de mauvais comportement, mais une réaction adaptée à une situation. S'en tenir à un seul comportement est signe de rigidité, ce qui ne laisse pas beaucoup de place à la souplesse nécessaire aux relations humaines.

La critique peut être vécue comme une occasion de progresser, dans d'autres cas, elle peut être profondément destructrice.

En écoutant trop la critique, on donne plus de pouvoir à la part de nous-même qui nous juge, à notre égo, la part qui nous sous-estime, qui ne nous trouve jamais à la hauteur.

Je m'attends d'ailleurs à quelques critiques bien corsées après la publication de ce livre sur l'artiste et l'argent !

Nourrir la critique, c'est nourrir ses doutes.

L'argent & l'artiste

Si je veux être plus prolifique et avancer, j'accorde alors toute mon attention à mon art, mes écrits et j'oublie la critique.

Une critique réellement constructive est celle que les artistes s'accordent entre eux. Les meilleurs retours viennent généralement de personnes bienveillantes qui comprennent notre passion, nos valeurs et notre engagement, qui vivent les mêmes situations que nous.



Les pensées limitantes

Lorsque je me suis lancée en tant qu'artiste professionnelle en 2008, je ressassais les mêmes idées face à l'argent. J'avais à l'esprit une image peu reluisante de "l'artiste vendeur".

Entre manipulations et excès dissimulés poussant à l'achat, la vente représente souvent le marchand de tapis ou de voitures à l'affut du moindre client. Je ne voulais pas être ce genre de personne surtout pas avec mon art.

J'ai donc tout mis en oeuvre dans cet ouvrage pour ne pas ressembler à l'artiste vendeur "marchand de tapis". Vous me direz en fin de lecture si j'ai relevé le défi !

Au début de mon parcours, mon principal problème venait de l'image négative que je me faisais de la vente. Une idée qui m'empêchait d'être confortable avec mes propres ventes et surtout dans mon développement d'artiste entrepreneur.

Peut-être est-ce votre cas aujourd'hui ?



L'argent & l'artiste

J'avais inconsciemment intégré des croyances limitantes, des idées reçues, des pensées que me renvoyaient la société, ma famille, mes référents.

A l'époque, je me répétais :

- « *L'argent ne fait pas le bonheur* »
- « *L'argent rend l'artiste égoïste* »
- « *L'artiste, le vrai, doit rester désœuvré* »
- « *L'argent est source de problème* »
- « *Gagner sa vie avec son art est révoltant* »
- « *L'art et l'argent ne font pas bon ménage* »
- « *L'argent et l'art sont incompatibles* »
- « *Les artistes qui gagnent de l'argent sont des vendus, des corrompus* »
- « *L'argent rend fou* »
- « *Les artistes qui vendent, créent pour l'amour de l'or et non pour l'amour de l'art* »
- « *Artiste et business man, laissez-moi rire, ça n'existe pas* »
- « *L'argent corrompt la véritable expression créative* »
- « *Un artiste devient rentable à sa mort* »
- « *L'argent viole l'intégrité des œuvres* »
- « *Faire de l'argent avec l'art, c'est exploiter ses talents artistiques* »
- « *Au moment où l'artiste pense à l'argent, il perd le sentiment du beau* »

Alors qu'oser parler d'argent librement, c'est évoquer d'abord et avant tout ce qui compte le plus pour soi : redonner du sens à ses valeurs.

BON A SAVOIR

La misère des artistes est davantage un mythe romantique construit au milieu du XIXème siècle qu'une réalité. Van Gogh qui n'a vendu qu'une seule œuvre de son vivant n'a jamais eu besoin du produit de ses tableaux pour vivre.

Les craintes immobilisantes

Savez-vous que la relation à l'argent influence notre vie professionnelle et personnelle ?

Au tout début de ma carrière d'artiste peintre, je ressentais d'atroces blocages face à l'argent.

Je redoutais beaucoup ces situations :

- *Peur d'annoncer ses tarifs dans une conversation*
- *Prix fluctuants, instables ou « à la tête du client »*
- *Conditions de paiement mal définies*
- *Ne pas oser se rendre visible sur le marché de l'art*
- *Se sentir illégitime quand il s'agit de vendre*
- *Préférer être sous-payé(e) ou pratiquer le gratuit*
- *Peur de perdre des clients avec une augmentation de tarifs*
- *Difficulté à dépasser certains montants dans les devis envoyés*
- *Proposer systématiquement des remises avant même que le client se manifeste*
- *Difficulté à relancer les clients en retard dans leurs échéances*
- *Avoir toujours les comptes dans le rouge*
- *Personnaliser des offres à chaque nouveau client*
- *En faire plus que ce qui est initialement prévu*
- *Procrastiner sur un projet*
- *Attendre les soldes pour vendre*
- *Proposer différents prix (en galerie, à l'atelier sur les salons, etc...)*
- *Adopter une posture fragile, coupable*
- *Attendre la perfection ou le bon moment pour vendre*
- *Mettre de côté l'outil marketing*

Vous reconnaissez-vous dans certaines de ces phrases ?

Moi oui, il y a douze ans...j'aurais coché plusieurs de ces affirmations.

La programmation inconsciente

La relation à l'argent... Elle se façonne en partie par notre héritage et notre expérience.

Cette relation a un pouvoir inouï sur la réussite d'une activité artistique, d'où l'importance, en tant qu'artiste entrepreneur, de travailler sa relation à l'argent, surtout si certaines situations se manifestent de manière récurrente dans son activité.

Nous avons tous une relation à l'argent, une empreinte profonde, une programmation inconsciente qui oriente nos choix et nos actions au quotidien. Elle prend forme dès l'enfance et nous colle à la peau toujours à l'âge adulte.

Par moment, nous ressentons le besoin de « formater » certaines habitudes, un peu comme on formate un disque dur pour y inscrire de nouveaux enregistrements. C'est là, tout l'intérêt de ce livre !

Basée généralement sur des croyances et des idées reçues, la programmation intérieure se façonne avec :

L'EDUCATION

On répète ce que disent et font ses parents.

L'ENVIRONNEMENT

On s'imprègne de son époque, de sa religion et de sa culture.

Notre programmation nous sert à décoder le monde. Elle nous pousse à reproduire des schémas identiques, à nous comparer et parfois à nous saboter. Mais heureusement pour nous, c'est quand on la comprend qu'on peut la faire évoluer.

A la recherche de nos valeurs

Oublions un instant les notions financières du livre pour nous concentrer davantage sur notre artiste et nos valeurs.

Pour nous épanouir, nous devons écouter nos émotions, nos besoins, nos envies, et le processus doit venir avant tout de nous, et non des autres.

On ne s'écoute pas assez.



« On respecte toujours l'argent bien gagné »

- Amylee Paris

3. LA pensée créatrice

Avant de se lancer dans une activité artistique, il est préférable d'effacer toutes traces de pensées négatives, contagieuses et obsédantes pour passer à des idées dynamisantes, vitalisantes et surtout productives.

SUIVRE SES envies

Et si, dans un premier temps, nous mettions des mots sur ce que nous aimons. Des petites phrases toutes simples pour nous présenter, nous, notre art, nos envies, ces dernières comptent énormément dans le développement de notre parcours d'artiste, il faut les écouter pour ne rien regretter demain.

Répondez le plus honnêtement et précisément possible aux questions suivantes :

QUESTIONS

- *Quel est mon talent ? Quelles sont mes aptitudes naturelles ? Que pensent mes proches de mes créations ?*
- *Qu'est-ce que j'aime apporter aux autres ?*
- *Dans quelles situations ne vois-je pas le temps passer (Quand je fais quoi ? Avec Qui ? Où je suis ? A quel moment ?)*
- *Quelles sont les réussites de ma vie dans lesquelles j'ai pris du plaisir ?*
- *A la fin de ma vie, qu'est-ce que j'aimerais que l'on dise de moi ?*
- *Si ma vie devait servir de message inspirant aux autres, quel serait ce message en quelques mots ?*
- *Si j'étais milliardaire, qu'est-ce que je ferais de ma vie parce que ça me touche et m'enthousiasme ?*

L'objectif de cet exercice permet d'être en symbiose avec ce que nous sommes vraiment. Le fait de répondre à ces questions facilite la vie et donne davantage de confiance en soi. Et, rappelons-le, sans confiance, point de vente.

S'aligner à ses valeurs

Arrêtons de perdre notre temps avec des difficultés que nous imaginons tout seul. Notre égo nous fait défaut et notre art a besoin d'autre chose. Il a besoin de notre histoire, d'une attitude mentale positive, de notre énergie créative pour rayonner.

Le tout est d'être aligné avec son art et son artiste.

Voici les points essentiels qui résonnent en moi :

- *Être l'ambassadeur de mon art*
- *Adapter mon comportement à mon histoire, mes valeurs et mes besoins*
- *Rester authentique, garder ma personnalité propre*
- *Faire le point régulièrement sur mes motivations*
- *Croire en moi et en mes capacités à réussir*
- *Proposer des créations de qualité*
- *Valoriser ma zone d'excellence et mon potentiel*
- *Ne pas dénigrer l'argent, ne pas juger ceux qui en ont*
- *Être patient(e) dans le développement de mon activité*

Bien évidemment, il faut être conscient que rien ne bouge sans désir, ni volonté.

La transformation sera effective seulement avec l'émergence de pensées différentes et de nouveaux automatismes. C'est un processus qui peut prendre un certain temps.

BON A SAVOIR

L'artiste est méritant, quel que soit le résultat. Il continuera son œuvre, quel que soit le résultat. Il la partagera quel que soit le résultat. Il est né pour créer, quel que soit le résultat. Il ne perdra jamais confiance en lui, quel que soit le résultat. Jolies phrases à se répéter !

Observer son comportement

En utilisant de nouvelles méthodes comportementales, il est possible de remplacer d'anciennes habitudes par de nouvelles.

Le cerveau est magique pour ça !

La magie du mantra

Savez-vous que les mantras déclenchent de nouveaux schémas neuronaux ?

Ils font partie de la spiritualité orientale depuis des milliers d'années.

En sanskrit, le mot signifie « instrument de l'esprit ».

Le principe d'un mantra est de répéter une phrase, un mot, un son pour apaiser l'esprit, éloigner les pensées angoissantes et se rappeler ce que l'on souhaite changer ou accomplir.

De nos jours, les artistes adoptent un nouveau genre de mantras, c'est-à-dire des mantras destinés à les motiver davantage.

Réciter une phrase encore et encore aide à intérioriser le message. Chaque action naît toujours d'une pensée et lorsque l'on change sa façon de penser, on modifie alors son comportement.

Ce nouveau type de mantra ne représente peut-être pas le parfait exemple de la spiritualité orientale, mais, comme la philosophie millénaire, ça fonctionne.

BON A SAVOIR

En atténuant les pensées qui déclenchent l'anxiété, on contribue à prévenir la libération des hormones liées au stress, comme le cortisol, qui entraîne au fil du temps des brûlures d'estomac, des maux de ventre et même des maladies cardiaques.

Pourquoi les utiliser ?

Un mantra aide à faire taire la petite voix agaçante qui nous critique et qui doute de nos capacités à tout instant.

Le fait de répéter et de mémoriser une phrase motivante contribue à la création d'une nouvelle manière de penser.



Comment s'y prendre ?

- *Utilisez un langage ferme*
- *Choisir une affirmation suffisamment courte pour faciliter la mémorisation*
- *Le répéter comme une chanson*
- *Réussir à intérioriser son mantra*
- *Ecrire son mantra et le laisser bien en vue (sur un post-it collé sur l'écran de l'ordinateur, dans un portefeuille ou en fond d'écran sur son smartphone)*
- *Illustrer ses carnets de croquis avec des mantras pour les lire et y revenir à chaque fois qu'on feuillette son carnet*

L'argent & l'artiste

Cette nouvelle pensée doit être claire, positive et non négociable.

Pour un impact significatif au quotidien, vous aurez besoin de répéter ou d'écrire vos mantras, tous les jours, pendant au moins 1 mois pour l'assimiler.

BON A SAVOIR

Le seul moyen de vivre une expérience différente est de remplacer son ancienne croyance négative par une nouvelle croyance qui correspond exactement à ce que l'on désire vivre la prochaine fois que la situation se représentera.

Les mantras inspirants

Voici des affirmations positives autour de l'argent. A répéter sans modération

- « Mon art possède une valeur »
- « L'argent m'aide à nourrir mon expression créative »
- « L'argent est un outil permettant de développer mon atelier, mon matériel, mes expositions, mes déplacements, mes engagements professionnels, mes galeries, mes collectionneurs »
- « L'argent respecte mon travail artistique et permet de m'accomplir »
- « Mon art mérite une juste compensation, un soutien financier pour faire évoluer mon artiste »
- « L'argent prend soin de mon art et de mon artiste »
- « Je souhaite développer un bon sens des affaires pour vivre de mon art »
- « J'apprécie quand on m'achète l'une de mes œuvres »
- « L'argent permet de jouir de la vie. Sans argent, on jouit de la pauvreté » – Lao She

N'essayez pas de devenir un artiste à succès mais un artiste qui partage des valeurs.

Se libérer de ses croyances négatives, et surtout celles concernant l'argent doit être sa priorité n°1 pour s'épanouir durablement en tant qu'artiste professionnel.

Il est vrai, cela demande d'effectuer un travail sur soi que de façonner de nouvelles pensées. On n'a rien sans rien !

L'argent & l'artiste

BON A SAVOIR

Se reconnecter à soi-même.

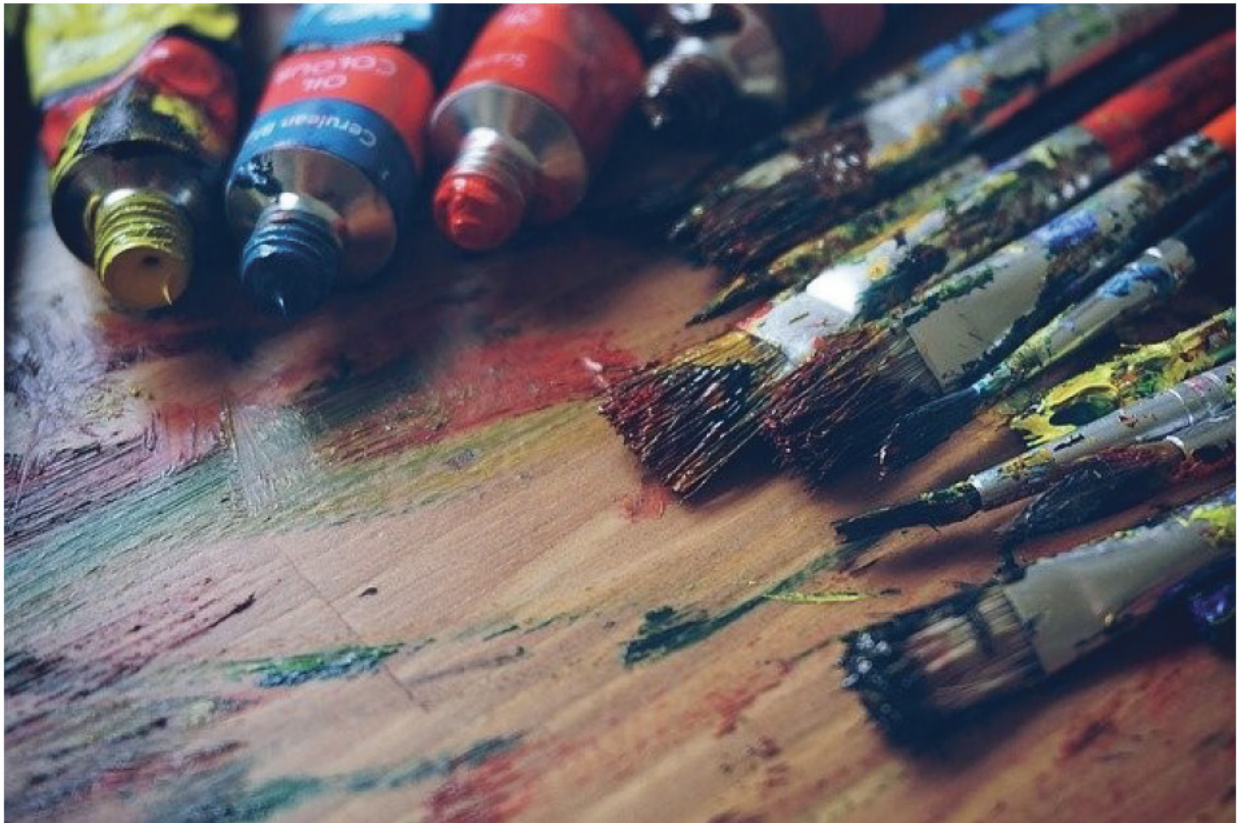
Lâcher les idées reçues.

Trouver sa mission.

S'entourer de bienveillance.

Passer à l'action.

Rayonner.



4. D'amateur à professionnel

Créer, émouvoir, partager, signifier, inspirer... C'est ce que fait un artiste chaque jour dans ses publications sur Internet en 2020.

Il n'y a rien de mal à faire cela, tant que cela est fait en conscience, avec l'envie de rester bienveillant avec les lecteurs, les clients et que tout est mis en oeuvre pour rester en règle avec son statut d'artiste choisi.

L'Artiste Amateur, terme fréquemment entendu et utilisé est souvent mal compris tant par le public que par l'artiste amateur lui-même.

- *Qu'est-ce qu'un artiste amateur ?*
- *Quel est son statut officiel ?*
- *Quelles sont ses obligations ?*

Je pense qu'il est utile de **faire le point** sur les règles administratives qui **gèrent et protègent le métier d'artiste peintre**.



Le profil de l'artiste amateur

- Il apprécie **une certaine forme d'art**, il recherche et en possède une certaine connaissance.
- Il se livre à **une activité loisir**, plaisir, passion, privée en dehors de son cadre professionnel.
- Il s'engage dans la création plastique (graphisme, dessin, peinture, sculpture, photographie, gravure, céramique, vidéo, performances artistiques, etc) **sans but d'en tirer profit**, ni d'arrondir ses fins de mois.
- Il ne possède aucun engagement professionnel, ni acte de vente, ni obligations sociales et fiscales.
- **Il ne peut faire acte de commerce**
- Il n'est pas affilié à la Maison Des Artistes (ou MdA pour les intimes)
- Il ne touche aucune commission sur ses œuvres



L'argent & l'artiste

- *Il n'expose pas dans des espaces commerciaux qui proposent le dépôt-vente (galeries, showrooms, boutiques, salons, etc...) sauf s'il se déclare à la première vente effectuée*
- *Il doit être vigilant avec les réseaux sociaux et le web, car quiconque non affilié, est repéré et repérable*

L'artiste amateur devient professionnel

- **Au moindre revenu perçu**, même si cette activité (graphiste, plasticien, peintre, sculpteur, graveur, céramiste, vidéaste, dessinateur, performeur, etc..) est exercée en parallèle d'une autre activité (salarié, profession libérale, retraité).
- *se déclare au CFE URSSAF pour l'obtention d'un numéro de SIRET.*
- *a besoin de s'identifier aux Services Administratifs de Sécurité Sociale de la Maison Des Artistes par l'intermédiaire d'une **Déclaration d'Activité** sur le site de l'URSSAF.*



Deux types d'artiste "amateur"

- Les **artistes qui débutent** et qui ne connaissent rien des démarches ou des réglementations à suivre. Peu à peu, ils en viennent à intégrer le système et à s'enregistrer.
- Les artistes qui pratiquent la peinture et la **vente régulièrement sans jamais intégrer le système**. Ces derniers trahissent alors la profession en s'installant illégalement sur des cimaises à la place d'artistes déclarés. Ils profitent de tous les avantages du métier sans en subir les inconvénients.

Vendre sans se déclarer

- C'est pratiquer un exercice dissimulé d'acte de commerce
- **C'est risquer des poursuites judiciaires**
- C'est prendre de gros risques (redressement fiscal)
- C'est se façonner une **réputation d'artiste « non réglo »** et entre artistes on ne se fait pas de cadeaux
- **C'est plonger dans l'illégalité les collaborateurs** qui demandent des factures (galeries, collectionneurs, etc...)

ATTENTION : la rivalité existe, la jalousie aussi et un certain sentiment d'injustice peut pousser certains créateurs à dénoncer des exposants ou des vendeurs de tableaux non-déclarés.

Les obligations de l'artiste

TOUTE PERSONNE QUI DÉSIRE PRÉSENTER ET COMMERCIALISER SA CRÉATION ARTISTIQUE dans les domaines des arts graphiques et plastiques (dessin, peinture, gravure, sculpture, céramique, etc...) DOIT OBLIGATOIREMENT SE DÉCLARER EN VERTU DES LOIS SOCIALES (art. L-382-1 du CSS) ET FISCALES (art. 1460-2°, art. 102 ter & art. 92 – DB 5 G-II du CGI) afin d'être reconnu administrativement et cela dès le premier euro perçu.

L'argent & l'artiste

Même si cette personne exerce une activité salariée et/ou indépendante libérale, artisanale, commerciale, agricole, etc... y compris retraité du secteur public ou privé, L'INSCRIPTION SOCIALE ET FISCALE EST UNE OBLIGATION.



Les archétypes financiers chez l'artiste

Les personnalités d'un artiste peuvent être variées : la passion, la confiance en soi, la prise de risque, l'ambition, la détermination, le goût du challenge. Ces principaux traits de caractère façonnent le profil d'un artiste et son archétype financier. Un héritage inconscient qui l'empêche d'activer ses talents naturels.

L'argent & l'artiste

L'artiste alchimiste

- Doué pour attirer l'argent de manière originale et inhabituelle
- Il a du mal à monétiser ses idées créatives
- Il estime qu'on accorde trop de place à l'argent

L'artiste accumulateur

- Doué pour économiser de l'argent et le gérer
- Il n'apprécie ni les dépenses ni les investissements
- Il éprouve des difficultés à progresser et à accélérer son développement

L'artiste anticonformiste

- Doué pour prendre des risques
- Il aime faire différemment des autres
- Il a du mal à générer des revenus stables

L'artiste dirigeant

- De nature ambitieuse et visionnaire
- Il inspire les autres à réaliser leur potentiel et à construire des choses durables.
- Très travailleur, il a du mal à se satisfaire de ses propres réalisations et à apprécier ou reconnaître ses résultats

L'artiste connecteur

- Doué pour les relations
- Il excelle à déceler le potentiel chez les gens ou dans des partenariats
- Il doute souvent de sa propre valeur et de sa capacité à générer des revenus

L'artiste charismatique

- Brillant et inspirant
- Ses dépenses excessives et compulsives le mettent souvent en difficultés
- Il a du mal à aller au bout de ses projets
- Il n'aime pas la routine qu'il trouve ennuyeuse

L'argent & l'artiste

L'artiste romantique

- *Il aime profiter de la vie et de tout ce qu'elle offre*
- *Il est généreux pour lui-même et les autres*
- *Il n'a pas toujours les pieds sur terre*
- *Il vit parfois au-dessus de ses moyens*

L'artiste nourricier

- *Il aime être au service des autres*
- *Il est d'une générosité désintéressée*
- *Il a du mal à établir des limites et à se faire payer à sa juste valeur*
- *Il est déçu quand sa générosité n'est pas reconnue*

QUESTIONS

Vous reconnaissez-vous dans l'un de ces archétypes ?

Sachant que l'on peut porter en nous plusieurs archétypes, mais développés à différents degrés, savez-vous que ce sont les 3 premiers qui ont le plus d'importance pour créer notre profil ?

Voyez-vous des liens entre votre top 3, et votre situation actuelle ?

5. Les revenus artistiques

Quand les prévoir ?

Bien évidemment, au début d'une activité artistique, il se passe un laps de temps plus ou moins long sans que vous n'ayez de rentrées d'argent, c'est normal. On y passe tous ! (Exception faite pour les artistes nés dans une famille travaillant dans le marché artistique au gros carnet d'adresses facilitant bien des choses, on est d'accord !)

Cette période de lancement peut aller de quelques mois à 3 ans. Au-delà, posez-vous les bonnes questions. Ne pas se payer pendant 5 ans ou plus, est problématique et cette situation doit vous inciter à remettre en question toute la stratégie envisagée.

En revanche, si après 6 mois de lancement, vous accumulez entre 500 à 1000 € par mois, c'est super. Vous êtes en bonne voie, continuez !

Dites-vous que de nombreuses personnes rêvent de gagner le SMIC en faisant un job qu'ils aiment.

Je sais, c'est dur, si auparavant votre salaire était de 2000 € par mois ou plus.

Mais, si vous avez réussi à générer de l'argent avec votre art, c'est qu'il y a un véritable marché qui attend. Il ne tient qu'à vous de le pérenniser et le faire exploser, selon vos envies.

Comment les diversifier ?

Dans le métier d'artiste, on n'est jamais à l'abri d'une période d'inactivité ou d'une baisse de rentrée d'argent.

L'argent & l'artiste

Les artistes qui réussissent à atteindre un succès financier ont souvent un point commun : ils ont plusieurs sources de revenu.

Par plusieurs sources, je ne veux pas dire plusieurs métiers ; au contraire, je sous-entends que l'artiste peut profiter de ses talents et de ses acquis pour disposer de revenus supplémentaires.

BON A SAVOIR

Internet a changé la vie d'un artiste dans son rapport au public, l'accès à l'information et la visibilité de son art. Profitons-en !

Voici plusieurs idées de sources de revenus qui aident à gagner de l'argent tout en conservant son statut d'artiste ou en l'adaptant selon les situations (voir le livre numérique - [La Gestion & l'artiste](#) -) et surtout en s'appuyant sur sa création artistique.

Vente d'œuvres originales

Proposer des pièces uniques (peinture ou sculpture) créées à l'atelier par les mains de l'artiste.

Ex : mes tableaux sont représentés dans plusieurs galeries d'art, principalement au Royaume-Uni.

Vente d'éditions limitées (impressions, photos)

A partir d'œuvres uniques, on peut proposer à ses collectionneurs des créations à moindre prix, sous forme d'éditions limitées sur papier, sur toile, sur bois.

Ex : en plus de mes tableaux réalisés à la peinture acrylique, je propose des impressions sur toile ou sur papier d'art.

Vendre en ligne

Ouvrir une boutique en ligne, c'est s'affranchir des frontières physiques, la clientèle devient internationale et la boutique accessible 24/24h. **Saatchiart.com** permet à de nombreux artistes de profiter d'une plateforme artistique de qualité et très active pour exposer des créations.

On peut également disposer d'une boutique en ligne personnelle : aucune charge d'implantation de fonds de commerce, pas besoin d'étude de marché sur le lieu d'implantation. Cet espace de visibilité peut regrouper différents types de produits à divers prix : des œuvres d'arts, des livres, des vidéos, du conseil...

A titre d'exemple, ma boutique en ligne présente plusieurs de mes livres sur amylee.fr/boutique et j'utilise saatchiart.com pour certains de mes tableaux non exposés en galeries d'art.



Diversifier ses créations

Les coussins, les tapis, des rideaux ou l'art de la table peuvent servir de supports pour les créations d'un artiste.

Ex : l'artiste écossaise Fi Douglas en est venue à créer ainsi sa marque Bluebellgray face au succès de ses accessoires colorés « so arty ». bluebellgray.com.

Louer son atelier

Les photographes, les vidéastes, les designers de mode, les journalistes recherchent des lieux atypiques pour réaliser des shootings ou des reportages photo. Les ateliers d'artiste sont toujours très prisés et dans la plupart des cas, nul besoin de les ranger !

Lecasteur.com est une plateforme de mise en relation entre particuliers et professionnels de l'image. C'est aussi un site de location de maisons, appartements, châteaux, villas destinés à l'organisation de tournage de films, clips vidéo ou shooting photos.

Louer des œuvres d'Art

Pourquoi ne pas louer une œuvre d'art ? Un concept qui revient au goût du jour. Proposer ses créations en location pour un cabinet d'avocat, une agence immobilière, une banque est une situation plutôt répandue pour une artothèque. Il en existe plusieurs en France. Une petite rentrée d'argent mensuelle qui s'ajoute au panier de l'artiste !

Vendre des livres

Si, comme moi, l'écriture est une seconde nature, n'hésitez pas à partager vos écrits dans des livres.

L'argent & l'artiste

En format papier ou en version numérique, le livre conserve toujours un bel attrait.

Ex : je propose régulièrement des livres numériques sur amylee.fr, des ressources de qualité pour aider l'artiste à développer sa carrière.

D'autres artistes peuvent proposer des livres de types bien différents. Le livre de coloriage pour adultes attire de nombreux adeptes. Johanna Basford, une illustratrice et artiste talentueuse britannique a créé une série de livres de coloriage qui sont devenus très populaires au Royaume-Uni (on en trouve même en France), en vendant plus d'un million d'exemplaires. johannabasford.com.

Animer des ateliers ou stages en présentiel

A la semaine, au mois, ou occasionnellement dans l'atelier, des rendez-vous peuvent être programmés pour partager son savoir d'artiste en groupes (enfants ou adultes) ou en individuel, pour des particuliers, des entreprises (CE) ou des scolaires.

Former en ligne

Avec Internet et les nouveaux outils de télécommunication, nul besoin de se déplacer. De nos jours, on peut se connecter en vidéo ou par téléphone pour partager ses services et son savoir aux personnes qui ont besoin d'être formées.

Ex : exactement ce que je propose lors de mes rendez-vous en ligne sur amylee.fr.

Participer à un concours

Prenons un exemple bien illustré. Avant de payer le stand d'un salon, je me renseigne toujours sur le sérieux et l'ancienneté des organisateurs, je lis attentivement les témoignages d'artistes participants, parfois même j'écris à certains d'entre eux pour récolter davantage de détails.

J'évite ainsi les plans douteux et les arnaques.

C'est la même chose pour un concours.

Sachant que, dans les bons concours, il y a souvent un double effet "kiss cool". Il y a les gagnants officiels et puis il y a ceux qui deviennent les coups de cœur du jury. Des chanceux qui se voient offrir des opportunités en parallèle ou après le concours.

Pour éviter de se lancer dans des stratégies de communication hasardeuses, il est recommandé de se fixer un budget pour prioriser ses actions à mener.

Pas de budget, pas de concours, c'est aussi simple que ça !

A NOTER

Quand un artiste achète du matériel pour créer son art sans savoir s'il le vendra, il investit aussi dans la promotion de celui-ci.

En principe, le budget consacré à la communication d'une activité artistique doit représenter entre 5% et 10% de son chiffre d'affaires. Cette estimation varie bien évidemment en fonction de l'ancienneté de l'artiste, de ses ventes et de sa clientèle visée.

Les frais de participation (s'ils restent honorables : moins de 100 €) sont alors à intégrer dans le budget communication.

A NOTER

Pour les artistes aux frais réels, il est même possible de demander une facture aux organisateurs du concours pour justifier les frais dans sa comptabilité.

Concours, publicités, locations de stand sur un salon d'art, formations...toutes ces actions ont un même point commun : déclencher un surplus de visibilité pour la promotion de son Art.

L'argent & l'artiste

Dans toutes les situations, l'artiste n'est jamais certain-e à 100% de gagner des clients, des ventes, des opportunités, des résultats.

Avec l'expérience et la pratique, je constate que les événements de qualité présentent généralement des frais (commissions sur vente ou frais d'inscription).



Ne pas oublier, que dans tout projet, les organisateurs avancent du matériel et donnent de leur temps afin d'apporter une structure solide aux participants.

Les artistes ont besoin de diffuseurs et les diffuseurs d'artistes. Cette synergie s'appelle "travailler ensemble".

Créer un partenariat

Si vous avez un blog et que vous êtes suffisamment à l'aise avec l'écriture, vous pouvez créer des partenariats avec des marques de peinture, de pinceaux, des magasins proposant du matériel beaux-arts ou des magazines qui recherchent des artistes rédacteurs.

Ex : depuis 2013, je pratique le partenariat avec différentes marques artistiques sur amylee.fr. Une opportunité qui me permet de tester du matériel et de nouvelles techniques. Toujours enrichissant pour mon art !

Utiliser le financement participatif

Le temps où un artiste devait se faire remarquer par les plus grands sponsors est révolu. La globalisation et Internet permettent de nos jours d'obtenir un grand nombre de petits sponsors.

Dans le but de poursuivre leur voie, les artistes, les musiciens, les écrivains ou les créateurs de bandes dessinées peuvent percevoir des revenus réguliers de la part de leur communauté.

Grâce aux plateformes comme Patreon, Utip, Tipeee, les abonnés se transforment en petits mécènes pour soutenir la création, les artistes, la culture.

Ex : sur Patreon, l'artiste peintre franco-américaine Gwenn Seemel utilise les dons pour avancer dans ses projets artistiques et continuer ses vidéos. D'autres artistes arrivent à délaisser un petit boulot exercé en parallèle pour se consacrer pleinement à leur art.

Tous à vos idées...

De votre côté, je suis certaine que vous avez d'autres idées de revenus pouvant être proposés à l'artiste. Si c'est le cas, n'hésitez pas à me le faire savoir.

Si l'idée me plait, je l'ajouterai lors de la prochaine mise à jour de ce livre.

BON A SAVOIR

En France, la MdA (Maison des Artistes), ne prend pas en charge la production artistique non originale et non unique. Pensez-y lors de vos déclarations !

6. Valeur, cotation, prix

La valeur marchande

Un artiste peintre, un plasticien, un sculpteur qui se lance dans une récente activité artistique dans le but d'en faire son activité principale doit prendre conscience que la valeur marchande de son art, en début de sa carrière, ne va pas être très haute.

Différente de la valeur artistique (basée davantage sur l'émotion, la sensibilité, l'intellectualisme, le raisonnement, l'affect), la valeur marchande se développe et augmente naturellement selon le parcours de l'artiste, sa production et ses ventes.

La valeur d'un tableau ou d'une sculpture dépend de nombreux critères : historiques, esthétiques, quantitatifs et qualitatifs.

- *La renommée de l'artiste, son parcours*
- *La qualité de l'œuvre, la technique employée, les matériaux utilisés*
- *Les expositions, publications et médiatisation de l'artiste*
- *La date de création de l'œuvre*
- *Le pays d'achat. L'artiste est-il régional ? National ? International ?*
- *L'état de conservation de l'œuvre*
- *La facilité de transport de l'œuvre, d'accrochage, de maintenance, d'assurance*
- *La valeur financière est fluctuante selon la fiabilité du certificat qui accompagne l'œuvre*

BON A SAVOIR

Les critères de valorisation d'une œuvre sont certifiés par des spécialistes. Il s'agit principalement de l'artiste lui-même, de ses ayants droits, d'experts judiciaires ou privés, de critiques d'art, de conservateurs de musées, de marchands, etc...

La cotation d'un artiste

Pour exister sur le marché de l'art, beaucoup d'artistes débutants pensent qu'il faut être coté dans un catalogue officiel.

Tous les acteurs du milieu de l'Art savent que cette première cotation est embellie par les proches de l'artiste qui ont fait monter les enchères au cours de la vente.

Comment voulez-vous que les enchères montent lorsqu'un artiste n'est connu de personne ?

Personnellement, je pense que rien ne sert d'être coté de nos jours.

J'en suis la preuve formelle. On peut créer, exposer, vendre, avoir des parutions dans des magazines sans être un "artiste coté".

Pour être crédible et durable, la cote d'un artiste se fait naturellement par les galeries, les marchands et les acquéreurs privés ou publics en fonction du prix auquel est vendue l'œuvre. Elle s'analyse sur plusieurs années.

Méfiez-vous, des catalogues qui proposent spontanément de vous établir une cotation contre rémunération. Ces pratiques sont abusives et n'ont généralement aucune valeur sur le marché de l'art.

BON A SAVOIR

Un collectionneur ou un marchand qui tombe « in Love » de l'une de vos œuvres, oublie dans un premier temps son prix, sa technique, sa date, sa cote, il l'aime, elle 'l'émotionne'. Par la suite, dans un second temps, il retrouve ses esprits et pense acquisition, collection ou spéculation.

La cohérence des prix

Le prix des œuvres doit être universellement cohérent. Cela signifie qu'une œuvre d'art, de même support, de même facture et de même dimension, doit avoir un même prix, peu importe qu'elle soit vendue à Nice ou à Londres, en galerie d'art, sur un salon ou à l'atelier de l'artiste.

Dans le cas contraire, un collectionneur qui a acheté une œuvre plus chère se sentira lésé par le fait d'apprendre que la valeur marchande de l'œuvre a diminué. Réduire sa valeur marchande pénalise les personnes qui croient en nous et en notre travail artistique.

A l'état sauvage, ce même collectionneur serait prêt à tuer pour acquérir ce nouvel amour fait de pigments ou d'argile. La chose qui l'en empêche, c'est cette invention géniale qui nous a précisément sorti de l'état sauvage : l'argent.

BON A SAVOIR

Certains artistes pratiquent la tarification régionale pour vendre ainsi des œuvres à un prix dans les grandes villes et à un autre dans les communes plus petites. D'un point de vue stratégique, la tarification régionale entraîne une incohérence des prix, voire une insulte selon laquelle les habitants des petites villes ou des zones rurales sont incapables de valoriser l'art.

Les réflexes à adopter

La surévaluation et la sous-évaluation de son art n'est pas une bonne méthode et surtout, elle retire tout plaisir à développer une activité artistique.

Evaluer une création est très déstabilisant quand on débute. Je sais, je suis passée par là également.

Voici quelques réflexes à adopter pour fixer ses prix :

L'argent & l'artiste

- Évitez les prix d'un point de vue émotionnel
- Regardez des œuvres similaires pour avoir une idée plus juste du marché
- Évaluez soigneusement le coût des matériaux (taux horaire si nécessaire)
- Ajouter certains frais : expédition, encadrement ou autre
- Ne pas oublier qu'une activité artistique coûte toujours plus chère qu'on ne le pense
- Évitez d'afficher des prix exorbitants qui dans la majorité des cas garantissent des ventes inexistantes
- Cibler le bon marché. Les clients coutumiers des petits prix Ikea ne sont pas des clients d'artiste. Ils ne s'intéressent qu'aux promotions et aux petits achats.



L'augmentation des prix

Vous envisagez peut-être prochainement d'ajuster vos prix ? L'art possède une valeur intrinsèque. Il ne s'évalue pas comme les produits manufacturés industriellement.

Dans le milieu de l'art, une œuvre d'art augmente son prix au fil du temps.

Baisser ses prix ou pratiquer la méthode yo-yo (monter, descendre, monter) n'apporte rien de bon à la valeur d'un artiste.

L'artiste peut augmenter soigneusement ses prix par petites étapes et analyser comment cela affecte ses ventes. Une augmentation entre 10% et 20% par an reste logique, mais n'est pas obligatoire.

Il est possible de justifier la valeur de son art en utilisant des services complémentaires qui en augmentent le prix.

Voici une liste de suggestions à retenir qui contribue à stimuler les ventes et surtout à rendre l'art plus désirable, même à un prix plus élevé.

- *Inclure un certificat d'authenticité lors de l'achat. L'ajout d'un certificat prouve la provenance de l'œuvre et son authenticité.*
- *Offrir une petite édition limitée en plus de l'œuvre originale. Cette stratégie est souvent utilisée pour justifier un prix plus élevé.*
- *Améliorer la qualité d'une impression grâce à l'embellissement à la main ou l'ajout d'une signature originale.*
- *Utilisez un packaging résistant et mieux pensé. Si une œuvre est emballée dans une jolie boîte, cela donne l'impression qu'il s'agit d'une pièce plus chère.*
- *Proposer un encadrement. L'art encadré augmente le prix en conséquence.*
- *Glisser une note manuscrite. Un petit mot de remerciement ajoute du sens à l'œuvre d'art, une humanité et une connexion émotionnelle.*
- *Ajouter des fonctions supplémentaires à l'œuvre. Un artiste a proposé des tableaux lumineux, ses prix ont monté en flèche.*

L'argent & l'artiste

- *Créer une œuvre multifonction. Une solution toujours très appréciée par les collectionneurs. Le tableau sculpture qui tient tout seul, nul besoin d'un mur pour le faire tenir.*
- *Ajouter des matériaux précieux peut être une solution à l'augmentation du prix.*
- *Offrir d'installer l'œuvre chez l'acheteur.*
- *Glisser un détail secret. Le supplément «secret» est conçu pour améliorer l'expérience client et ajouter de la valeur à une œuvre d'art. Seul le propriétaire possédant le certificat de l'œuvre connaît le détail qui marque la différence et l'unicité de l'oeuvre.*
- *Proposer un service premium pour s'adapter à la demande des clients. Il s'agit d'un service à la carte qui implique généralement plus de temps et de frais. L'artiste peut ainsi réfléchir aux « extras » qu'implique cette commission.*
- *Inclure l'expédition dans les prix. Ces frais peuvent inquiéter de nombreux clients. La suppression de ce problème peut parfois sceller l'accord.*
- *Ajouter un cadeau de remerciement. Des surprises ou tout autre article approprié sont toujours les bienvenus.*

Que de suggestions et de choix pour varier progressivement ses prix, vous ne trouvez pas ?

La mauvaise attitude pour un artiste est de se persuader de baisser ses prix pour accommoder la clientèle ou multiplier les ventes.

Au lieu de recourir à la réduction de prix systématique, faire plutôt un remue-ménages pour réfléchir aux solutions à envisager. Acheter de l'art est une expérience passionnante.

Les types de prix

Dans tout milieu professionnel, un jargon existe, voici quelques définitions utiles à maîtriser :

Prix Atelier

Prix de vente proposé par l'artiste à l'atelier. Le " prix atelier ", terme utilisé par certains artistes voulant convaincre des acheteurs lors de ventes directes d'atelier en proposant des œuvres moitié prix.

L'utilisation du prix atelier n'est pas une bonne stratégie dans sa communication. Il dévalue les créations, propose une grille de prix instable, et fragilise la cote de l'artiste. Personnellement, je ne pratique pas " le prix atelier ".

Le prix atelier est souvent amalgamé au « prix artiste », terme utilisé généralement par les galeristes ou les agents pour parler du pourcentage que l'artiste touchera après une vente.



L'argent & l'artiste

Prix Public

Prix de vente conseillé par l'artiste à son réseau marchand (galeriste, boutique en ligne, salon, etc...). Il permet notamment à l'artiste de communiquer partout sur Internet et ailleurs, sur un seul et même prix. Je recommande aux artistes que j'accompagne d'avoir un prix public identique partout.

Prix Galerie

Prix toutes taxes comprises, vendu par la galerie, selon la valeur marchande de l'artiste, parfois avec un petit décalage dû au fait de la TVA de 20% payée par la galerie en tant qu'intermédiaire dans la vente.

Prix de Réserve

Prix en-dessous duquel une vente ne pourra être acceptée par l'artiste lors d'une vente aux enchères par exemple.

Prix "VIP"

Prix de vente utilisé exceptionnellement par l'artiste à ses clients privilégiés ou très proches. Ce prix n'est en aucun cas communiqué publiquement, il est proposé à titre privé.

Prix Négocié

Prix de vente retravaillé suite à une discussion entre le client et l'artiste. La négociation est très répandue dans le milieu de l'art.

Prix Facilité

Prix qui facilite l'acte d'achat d'un client grâce à plusieurs mensualités de paiement.

Prix Soldé

Même si certaines galeries ou plateformes d'art pratiquent les soldes pour relancer leurs ventes à certaines périodes de l'année, il est important de prendre conscience que l'art est intemporel et qu'un calendrier des soldes n'a pas lieu d'être dans le monde de l'art. Voit-on des œuvres soldées à la FIAC ou chez Gagosian ?

Une œuvre d'art n'entre pas dans le cadre d'invendus de saisons, ou d'un suivi de tendances comme une paire de chaussures ou des vêtements.

Utilisées pour écouler le stock, vider l'atelier ou créer de la promo de masse, les soldes sont souvent pratiquées chez les artistes qui présentent une activité débutante ou non déclarée ou qui n'ont pas besoin de leur art pour vivre, car ils bénéficient d'un revenu professionnel supplémentaire. Personnellement, je n'affiche pas de prix soldés sur mon site web ou ailleurs.

Prix Commissionné

Prix mis en place à partir d'une collaboration entre un artiste et un galeriste ou un agent. Un pourcentage est alors fixé et appliqué après chaque vente effective.

Prix Promotionnel

Ce type de fixation des prix est très courant pour créer l'événement. Il est souvent utilisé pour les œuvres imprimées en éditions limitées ou pour proposer un rabais sur les services ou frais annexes accompagnant une pièce d'art originale.

Ex : un tableau acheté = l'expédition offerte ou encadrement offert.

Prix Psychologique

Technique utilisée en marketing pour faire réagir le client à une émotion plutôt qu'à un comportement rationnel.

L'argent & l'artiste

Un tableau vendu 99 euros intéressera plus car il n'atteint pas la barre psychologique des 100€.

Prix Coté

Valeur marchande d'une œuvre d'art attribuée lors d'une vente réalisée en Maison de Ventes.

Prix de Revient

Estimation du prix en fonction d'indicateurs basés davantage sur l'énergie utilisée (matériel, fabrication, temps passé).

Prix Artistique

Estimation du prix en fonction d'indicateurs basés davantage sur l'histoire ou le curriculum vitae de l'artiste :

- *la renommée de l'artiste (diplômes, expositions, prix, galeries, presse)*
- *l'appartenance à une Ecole d'art, un courant*
- *la capacité de travailler plusieurs techniques*
- *l'abondance de sa production (ou la rareté exceptionnelle)*

Prix d'Echange

Estimation du prix en fonction des indicateurs basés sur l'offre et la demande et la quantité d'œuvres disponibles à la vente.

- *offre limitée à la mort de l'artiste*
- *variation du nombre d'œuvres quand l'artiste est vivant*
- *estimation orientée par les amateurs d'art*

7. Estimation de ses oeuvres

Méthode 1 - AIDOPRIX, le tableau d'Amylee

Il n'existe pas de règle établie sur la fixation des prix d'une oeuvre d'art, puisqu'il s'agit de la loi de l'offre et de la demande.

L'important est de trouver une méthode douce proposant une progression par paliers.

L'estimation est libre, mais ayez conscience que la course des prix vers le bas est le meilleur moyen de finir en artiste malheureux.

A l'inverse, affichez des prix bien trop hauts en début de carrière est envisageable si l'on possède un carnet de contacts ciblé et gonflé à bloc. Cependant, démarrer trop cher peut provoquer des blocages au fil du temps.

Positionner ses prix est donc un exercice délicat, pas vraiment évident pour un jeune artiste. Le parcours de l'artiste débutant est jalonné d'obstacles..

Le coup de pouce d'Amylee

Le fait de fréquenter les salons, les galeries et de nombreux artistes débutants dans mes rendez-vous en ligne, j'en suis venue à établir un tableau pouvant servir de base pour l'artiste en début de carrière ou pour l'artiste complètement perdu en recherche de repères. Je vous propose le tableau **AIDOPRIX** !

Artiste Débutant & Sans Galerie

- *Peu d'expositions à son actif*
- *Travaillant une technique picturale simple ou mixte (acrylique, gouache, aquarelle, huile) sur papier ou toile*

L'objectif du tableau AIDOPRIX : avoir une base d'évaluation, des repères pour estimer son art quand on démarre.

Les informations regroupées ont été extraites de différentes sources et réflexions provenant de galeristes et d'artistes avec qui j'ai pu échanger.

Dans ce tableau, les prix évoluent selon une moyenne arithmétique et des coefficients permettant une homogénéisation des montants par rapport aux dimensions.

Comment utiliser le tableau AIDOPRIX ?

Le tableau AIDOPRIX d'Amylee a le mérite de pouvoir être évolutif en fonction des coûts de matériel, du temps passé, du succès rencontré lors d'expositions ou en galerie.

Par exemple : une aquarelle ou gouache sur papier de 27 x 16 cm.

- Je cherche les dimensions dans le tableau AIDOPRIX
- Je m'inspire du tableau qui indique une gamme de prix située entre 44 € et 81 €
- Mon oeuvre est sur papier, je sélectionne la gamme A. Mon prix de base est donc 44 €

Autre exemple : pour une acrylique ou une huile sur toile de 60 x 40 cm.

- Je me réfère au tableau et regarde la gamme de prix proposée
- Pour un tableau 60 x 40 cm, la gamme de prix est comprise entre 164 € et 221 €
- Grâce à cette gamme, je sais que d'autres prix sont possibles entre A et B
- Je peux donc définir, par exemple, un prix de 190 € pour un 60 x 40 cm sur toile, qui est bien dans l'échelle de prix proposée

Le fait d'avoir un éventail de prix rend l'estimation plus souple, adaptable et permet d'ajouter le facteur temps ou matériau dans le prix si besoin.

L'argent & l'artiste

Si je reviens à mon premier exemple de l'aquarelle sur papier 27 x 16 cm et que j'ajoute à cette même aquarelle de la feuille d'or ou tout autre matériau haut de gamme, je peux évaluer différemment le prix.

Au lieu d'estimer l'oeuvre à 44 €, je peux, par exemple, la proposer cette fois-ci à 75 € car le tableau AIDOPRIX me propose un éventail de prix de 44 € à 81 €.

BON A SAVOIR

Si certaines dimensions ne sont pas répertoriées dans le tableau AIDOPRIX, utilisez à la place les dimensions qui s'en rapprochent.



NE PAS DIFFUSER, MERCI.

AIDOPRIX, le tableau d'Amylee

pour estimer son Art facilement quand on démarre
ŒUVRE PICTURALE, ARTISTE DEBUTANT & SANS GALERIE

Dimensions		GAMMES DE PRIX			
		A	Prix minimum	B	Prix maximum
cm			€		€
20	20	entre	40,00 €	et	75,00 €
24	14		34,00 €		63,00 €
24	16		39,00 €		72,00 €
24	19		45,00 €		86,00 €
25	25		56,00 €		92,00 €
27	16		44,00 €		81,00 €
27	19		46,00 €		87,00 €
27	22		53,00 €		88,00 €
30	20		54,00 €		90,00 €
30	30		80,00 €		110,00 €
33	19		56,00 €		93,00 €
33	22		65,00 €		94,00 €
33	24		71,00 €		97,00 €
35	22		69,00 €		95,00 €
35	24		75,00 €		103,00 €
35	27		84,00 €		116,00 €
40	20		72,00 €		98,00 €
40	30		90,00 €		123,00 €
40	40		120,00 €		160,00 €
41	24		88,00 €		121,00 €
41	27		89,00 €		122,00 €
41	33		102,00 €		136,00 €
46	27		94,00 €		125,00 €
46	38		132,00 €		175,00 €
50	30		113,00 €		150,00 €
50	40		150,00 €		200,00 €
50	50		170,00 €		230,00 €
55	33		137,00 €		182,00 €
55	46		173,00 €		233,00 €
60	40		164,00 €		221,00 €
60	40		164,00 €		221,00 €
60	50		204,00 €		276,00 €

NE PAS DIFFUSER, MERCI.

AIDOPRIX, le tableau d'Amylee

pour estimer son Art facilement quand on démarre
ŒUVRE PICTURALE, ARTISTE DEBUTANT & SANS GALERIE

Dimensions		GAMMES DE PRIX			
		A	Prix minimum	B	Prix maximum
cm			€		€
60	60	entre	240,00 €	et	330,00 €
61	38		158,00 €		214,00 €
61	46		191,00 €		259,00 €
61	50		208,00 €		281,00 €
65	46		204,00 €		276,00 €
65	50		221,00 €		299,00 €
65	54		239,00 €		323,00 €
70	50		238,00 €		322,00 €
70	60		286,00 €		387,00 €
70	70		340,00 €		430,00 €
73	50		249,00 €		336,00 €
73	62		308,00 €		417,00 €
74	54		272,00 €		368,00 €
76	60		311,00 €		420,00 €
80	40		218,00 €		295,00 €
80	60		327,00 €		423,00 €
80	80		440,00 €		530,00 €
81	54		298,00 €		403,00 €
81	60		331,00 €		428,00 €
81	65		362,00 €		443,00 €
90	60		372,00 €		448,00 €
90	70		434,00 €		522,00 €
90	90		540,00 €		630,00 €
92	60		380,00 €		458,00 €
92	65		412,00 €		496,00 €
100	50		340,00 €		440,00 €
100	65		447,00 €		539,00 €
100	73		502,00 €		605,00 €
100	81		557,00 €		671,00 €
100	90		619,00 €		684,00 €
100	100		640,00 €		730,00 €
120	60		495,00 €		597,00 €
120	80		634,00 €		701,00 €

Méthode 2 - Le calcul au point

Connaissez-vous **la technique du prix au point** ?

- *estimer le prix en fonction des dimensions de l'oeuvre (informations indiquées sur les emballages ou au dos des châssis)*
- *se référer au nombre de points correspondant au format utilisé*
- *connaître la valeur du point d'un artiste débutant.*

Entre 15 € et 20 € (pour de l'acrylique / toile)

Entre 10 € et 15 € (pour un dessin / papier)

*Pour une technique à l'huile, la valeur estimée est plus importante que celle à l'acrylique. L'estimation peut démarrer **entre 20€ et 25€***

BON A SAVOIR

La valeur du point augmente en fonction du parcours de l'artiste (ex : une vente aux enchères peut faire grimper le point et donc modifier toute la grille).

Grille des châssis traditionnels

En France, les références des châssis traditionnels sont généralement connues des galeristes et des artistes pros.

Il est courant d'entendre un galeriste parler d'un "30 F" ou "80 P" pour un tableau possédant les dimensions 92 x 73 cm ou 146 x 114 cm.

BON A SAVOIR

- Les formats carrés ou double carrés ne sont pas référencés dans le tableau ci-dessus, mais peuvent trouver leurs équivalents grâce aux formats se rapprochant.

Ex : un tableau 50 x 50 cm se rapproche du format 55 x 46 cm = le n°10

- Les châssis n°0 : le montant du point est identique au n°1 ou légèrement inférieur.

Ex : un tableau 18x14cm (N°0) et un tableau 22x12cm (N°1) peuvent avoir le même prix ou alors le tableau 18x14 peut être légèrement inférieur.

L'argent & l'artiste

N°	F comme FIGURE	P comme PAYSAGE	M comme MARINE
0	18 x 14	18 x 12	18 x 10
1	22 x 16	22 x 14	22 x 12
2	24 x 19	24 x 16	24 x 14
3	27 x 22	27 x 19	27 x 16
4	33 x 24	33 x 22	33 x 19
5	35 x 27	35 x 24	35 x 22
6	41 x 33	41 x 27	41 x 24
8	46 x 38	46 x 33	46 x 27
10	55 x 46	55 x 38	55 x 33
12	61 x 50	61 x 46	61 x 38
15	65 x 54	65 x 50	65 x 46
20	73 x 60	73 x 54	73 x 50
25	81 x 65	81 x 60	81 x 54
30	92 x 73	92 x 65	92 x 60
40	100 x 81	100 x 73	100 x 65
50	116 x 89	116 x 81	116 x 73
60	130 x 97	130 x 89	130 x 81
80	146 x 114	146 x 97	146 x 89
100	162 x 130	162 x 114	162 x 97
120	195 x 130	195 x 114	195 x 97

Démonstration de la technique au point :

Par exemple, pour un tableau 35 x 24 cm

Dans la grille ci-dessus, le format Paysage 35 x 24 cm correspond au numéro 5 (en se référant au numéro situé dans la colonne de gauche suivant la même ligne).

35 x 24 cm = n°5 qui signifie 5 points

Pour un artiste débutant, le point serait situé entre 15 € et 20 € ; on peut donc décider de partir sur une base de 20 € le point, par exemple.

Si un point = 20 €, on multiplie alors le numéro 5 par 20, soit 5 x 20 € = 100 €.

Le prix de base du tableau 35 x 24 cm est donc de 100 €.

Et voilà, on a le prix de base du tableau et on peut même se servir de la grille pour accorder tous ses prix. C'est un bon début !

Autre exemple, pour un tableau 60 x 40 cm

En se référant à la grille des châssis, on note que le 60 x 40 cm se rapproche le plus du format 61 x 38 cm et correspond au numéro 12 dans le tableau (voir numéro situé dans la colonne de gauche suivant la même ligne).

L'argent & l'artiste

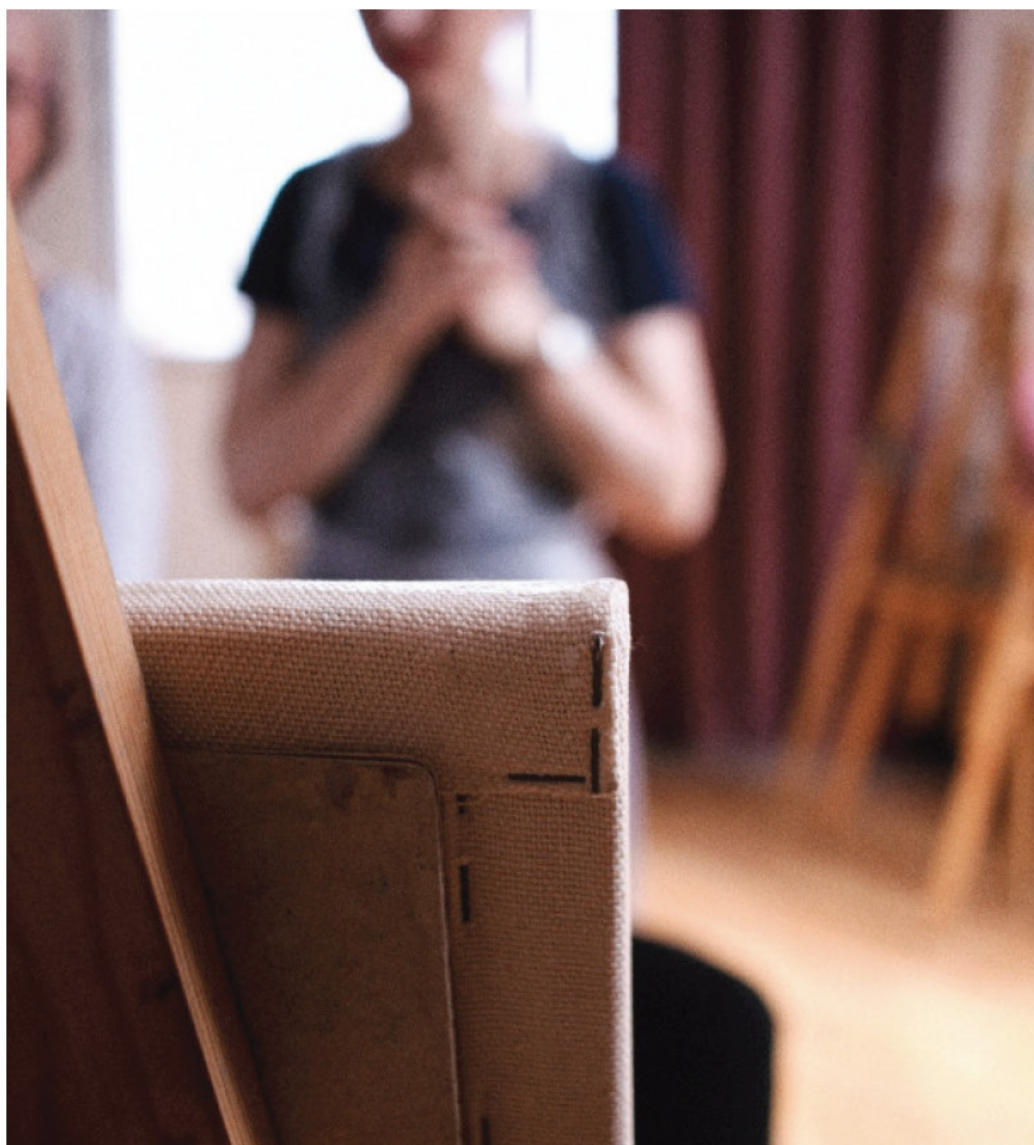
60 x 40 cm = n°12 qui signifie 12 points

Si un point = 20 €, on multiplie alors le numéro 12 par 20, soit $12 \times 20 \text{ €} = 240 \text{ €}$.

Le prix de base du tableau 60 x 40 cm est donc de 240 €.

BON A SAVOIR

Bien évidemment, ce prix indiqué sert uniquement de base, on peut l'ajuster en fonction de sa technique et de sa notoriété. Dans le calcul au point, on ne tient pas compte du matériel utilisé, du temps passé ou de la renommée de la personne.



La rémunération des interventions artistiques

Les rémunérations peuvent être déclarées sous l'un ou l'autre des trois régimes suivants : salaire, droits d'auteur ou honoraires.

Le tarif est variable en fonction du parcours de l'artiste et du lieu d'exercice.

Lorsque vous pratiquez des interventions, l'idée est d'être rentable sur la journée, en prenant en compte :

- *les frais de déplacement - barème fiscal de votre véhicule*
- *les frais liés à la préparation de l'intervention*
- *les frais liés à l'installation et mise en place de votre lieu d'intervention*

Pour information, le SMIC horaire brut est de 10,15 € au 1er janvier 2020.

Salaires et rémunérations par une structure culturelle

Les pratiques indiquent que lorsque la rémunération est versée par une structure culturelle, l'artiste perçoit un salaire brut (+ les charges patronales) compris dans une fourchette de 40 à 80 euros de l'heure, pouvant exceptionnellement aller jusqu'à 120 euros de l'heure. Les frais de déplacement sont dans certaines régions, pris en charge, soit en appliquant un tarif de remboursement kilométrique, soit sur une base forfaitaire.

Pour une intervention artistique, il faut donc partir sur un forfait horaire ou journalier en fonction de l'événement. En ajoutant tous les frais liés à l'intervention artistique et à l'expérience de l'intervenant, il faudrait partir sur un forfait horaire entre 60 et 70 €, à adapter selon votre situation, bien évidemment.

Pour la journée, on peut également partir sur le calcul du nombre d'heures x forfait horaire, en ajoutant les autres frais (kilométriques, peinture...).

Dans ce cas, le forfait horaire / journée sera moins élevé que s'il n'y avait qu'une seule heure d'intervention.

Par exemple, juste pour 1 heure, le forfait est de 60 €, mais si vous avez une journée complète, le prix est à adapter afin que le forfait journée ne soit pas excessif. L'idée est de baisser le prix horaire à 30 / 40 € pour proposer une journée avec un forfait entre 180 et 240 €.

L'intervention vous demande du travail et de la préparation, donc n'hésitez pas à asseoir vos compétences et votre expertise afin de refuser du bénévolat, bénévolat qui ne vous apportera rien de plus.

Activité accessoire

Les interventions en milieu scolaire peuvent être déclarées comme activité accessoire à condition :

- *d'être ponctuelles et exercées en toute indépendance. Il peut s'agir dans le cas des plasticiens, des photographes et des auteurs-écrivains, de présentations d'œuvres, d'ateliers artistiques, au nombre restreint de séances, ou des cours donnés dans l'atelier, ou le studio de l'auteur. Sont exclues du dispositif les interventions régulières et suivies en établissement scolaire qui relèvent par nature du régime général.*
- *qu'elles soient le fait pour les artistes plasticiens, d'artistes affiliés à la Maison des artistes, et pour les écrivains et les photographes de personnes affiliées à l'Agessa. La déclaration des interventions sous le régime des droits d'auteur implique, pour la personne qui verse la rémunération, l'obligation de contribuer au régime de protection sociale des artistes auteurs en tant que diffuseur.*

La négociation des prix

Dans le milieu de l'art, la négociation est tolérée. Le client estime que l'œuvre convoitée est un peu chère.

Elle n'est pas à son budget, il est en droit de déclencher une négociation.

L'argent & l'artiste

Généralement, les galeristes, les marchands d'art, les maisons de vente, mais aussi les artistes consentent à négocier le prix et peuvent normalement revoir le prix selon le contexte ou proposer des facilités de paiements échelonnés.

Un moyen facile pour le client intéressé de trouver une œuvre qui lui plaît dans un budget plus proche du sien.

Les artistes accroissent ainsi leurs chances de vendre à une audience plus captivée. Et tout le monde y trouve son compte !



Répondre aux objections

Les clients ont droit de se poser des questions sur le prix d'une oeuvre d'art. Et c'est bien normal ! Nous fonctionnons tous ainsi.

Si, au cours d'une vente d'oeuvre, l'acheteur est quelque peu réticent, voici plusieurs actions à retenir pour préparer son argumentation :

L'argent & l'artiste

- *s'appuyer sur les témoignages de ses premiers clients*
- *énumérer les avantages que l'oeuvre possède*
- *rassurer le client des bénéfices que le client pourra en retirer*
- *préparer en amont un document listant des réponses aux objections*

Offrir son art pour être visible ?

Tout le monde n'est pas en mesure de faire ce que nous faisons, nous devons donc facturer en conséquence.

Nous sommes, certes, des artistes peintres, des sculpteurs, des plasticiens ou des photographes, mais nous incarnons aussi l'entrepreneuriat, "l'Artrepreneuriat" comme j'aime dire. Les clients, les bons, nous respecterons plus si l'on fait valoir notre art et nos compétences.

8. Provoquer les ventes

Si l'on reste chez soi à attendre que l'argent tombe du ciel, en peignant amoureusement de jolis tableaux mis en ligne sur sa boutique, avec zéro budget communication ou à écrire des articles en espérant qu'un magazine célèbre nous repère, ou encore à partager des astuces sur Pinterest ou Facebook en pensant que quelqu'un nous écrira, il y a peu de chance que les opportunités abondent.

Les artistes à succès exposent et s'affichent aux bons endroits....

Si vous n'êtes pas un minimum visible dans la vraie vie et aussi sur le web, avec un portfolio conséquent, des tarifs étudiés, une actualité continue, des événements organisés, qui achètera votre art ?

Etre visible

Un artiste à succès expose dans des endroits de référence, le bistrot ou le restaurant du coin n'est pas une galerie d'Art et même si cela peut aider les artistes débutants, cela ne fait pas toujours bonne impression sur un CV d'artiste.

Pour intégrer le cercle des artistes à succès, il est impératif de fixer des choix :

Si on se cache dans un placard, on ne génère aucun revenu :

- *Mettons notre timidité de côté.*
- *Diffusons notre art aussi largement que possible.*
- *Encourageons les gens à le partager nos actualités sans restriction.*

La visibilité d'abord, les revenus ensuite.

Une fois que la visibilité est en hausse, les créations d'un artiste vont susciter de l'intérêt et des opportunités. Oui mais voilà, comment travailler la visibilité qui va générer des ventes ?

BON A SAVOIR

Disposer d'une grande inspiration, être doué, créatif ne suffit pas pour vivre de son art. C'est en le diffusant au-delà d'un cercle restreint que l'artiste va pouvoir être visible et transformer son talent en argent.



Trouver sa cible

Beaucoup d'artistes n'ont aucune idée de leur clientèle cible, et les ventes se font rares à cause de ce manque d'informations.

Pourquoi se lancer dans la conquête de nouveaux clients si vous ne savez pas vraiment qui vous cherchez. Amusez-vous à dresser un portrait robot de votre client type, la personne susceptible d'acheter votre art ou vos services.

L'argent & l'artiste

Détaillez ensuite ses envies, ses attentes, ses habitudes, ses centres d'intérêt et les lieux que cette personne fréquente.

Rien ne fonctionne si l'on tente de se faire connaître au mauvais endroit.

Dans mon cas pratique, j'oriente toujours mes actions là où se trouve ma cible.

Si demain, je vends des portraits animaliers, je vais tenter des approches au salon du cheval, partager une communication avec un magazine 1000 millions d'amis ou exposer dans une clinique vétérinaire.

BON A SAVOIR

Le réseau est un outil au service d'une stratégie. Plus la stratégie est claire, plus l'utilisation du réseau est efficace.

Créer l'événement

Voici une liste de suggestions permettant à l'artiste de montrer son art à un plus large public. Ces événements facilitent l'augmentation du réseau quand on cherche à développer une communauté autour de son art :

Les Journées Portes Ouvertes d'Atelier

Les Journées Portes Ouvertes d'Atelier permettent au public et à l'artiste de se rencontrer dans les meilleures conditions, y compris le dimanche. C'est un moment privilégié pour échanger sur une œuvre qui les intéresse. L'atelier a un côté fascinant, mystérieux qui attire énormément le public. D'après vous, pourquoi les visites privées d'Ateliers « Artist Studio tour » sur YouTube ont autant de succès ?

Les Ventes Privées

En ligne, à l'atelier ou dans un espace privé, les ventes privées permettent aux personnes invitées de pouvoir accéder à certaines offres exceptionnelles concernant le travail d'un artiste. Ce dernier invite alors ses meilleurs clients pour profiter d'un événement à ne pas rater.

Ce type d'événement doit rester à titre exceptionnel et ne pas se répéter dans l'année car les ventes privées sont régulièrement soupçonnées de concurrence déloyale surtout quand l'artiste est représenté en galerie.

A titre d'exemple, j'ai proposé des ventes privées quand j'ai déménagé de Paris à Londres et ensuite de Londres en Auvergne. 2 ventes privées destinées uniquement à mes meilleurs clients, 2 événements espacés de 5 années.

Les Galeries

Etre représenté en galerie d'art pour un artiste est une solution de facilité pour étendre sa communication et multiplier les ventes. Les vernissages animés par le galeriste sont l'occasion de rencontrer des collectionneurs, des journalistes, des élus. Pour plus d'informations sur les galeries d'art (missions, notions clés, démarches), je vous recommande mon livre numérique "Les galeries et l'artiste".

Les Centres Culturels

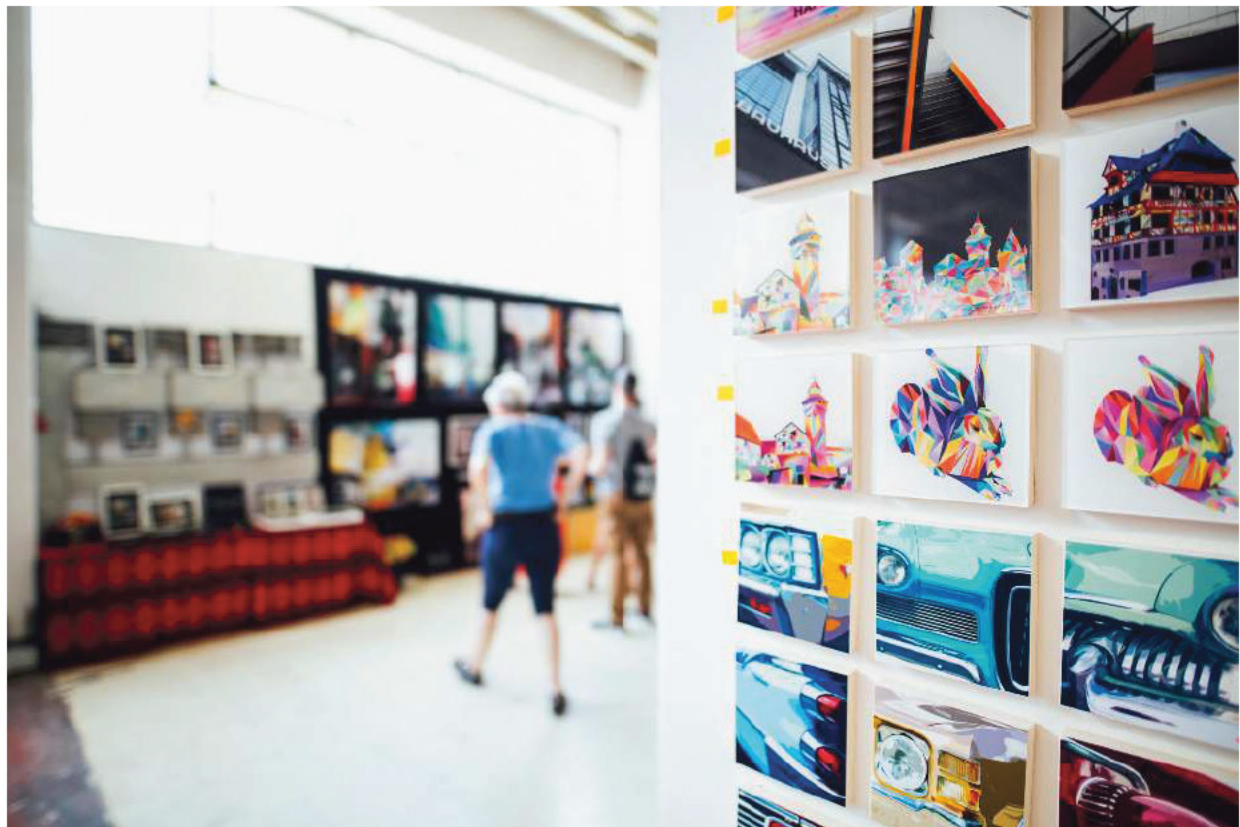
Un centre culturel est une institution et un lieu qui propose notamment une programmation de spectacles, d'expositions, de conférences, mais aussi de l'animation socio-culturelle à destination de la population locale ou de passage. Les artistes peuvent utiliser ces espaces pour montrer leur art, créer l'évènement et développer ainsi davantage de liens avec leur ville.

Les Salons d'Art

Manifestations artistiques annuelles lors desquelles des artistes présentent au public en un même lieu des œuvres d'art : peintures, sculptures ou photographies.

Certains salons « non artistiques » comme le salon du cheval, le salon de la vieille voiture ou le salon du jardin peuvent aussi servir de support de communication aux artistes travaillant ces thèmes. N'hésitez pas à contacter les organisateurs afin de savoir s'il est possible de créer une collaboration éventuelle avec votre art en lien avec le thème de la manifestation.

Pour plus d'informations sur les expositions en salons d'art (salons, hôtels, expositions hors galeries), je vous recommande mon livre numérique "Les expositions et l'artiste".



Les Ventes aux Enchères

Ventes au cours desquelles les œuvres d'art vendues sont adjugées au plus offrant. Les ventes aux enchères se déroulent généralement dans une Maison de Ventes ou un lieu spécifique.

Dirigées par un commissaire-priseur, ces ventes restent publiques. Tout le monde a le droit d'y assister et d'enchérir à condition d'être majeur, responsable et solvable.

Avant le début des ventes, l'artiste a le droit d'ajouter un prix de réserve, prix en dessous duquel l'œuvre ne sera pas vendue si les enchères ne décollent pas.

Il existe des ventes aux enchères en ligne, accessibles sur invitation e-mail ou inscriptions, permettant de vendre de l'art. Les enchères sont gérées par un logiciel informatique qui coordonne les différentes actions des enchérisseurs.

Des sites comme Ebay.com, catawiki.eu, bestmarques.com proposent des sélections d'Art, de design et de bijoux sous forme d'enchères.

Les Ventes de Charité

Les ventes caritatives ne répondent à aucune définition juridique précise, elles reposent essentiellement sur deux critères : l'affectation du produit de la vente à une activité de bienfaisance (ou d'intérêt général) et l'absence de rémunération de l'opérateur de vente ou du commissaire-priseur qui dirige la vente.

Lors de ventes caritatives, les œuvres d'art sont très fortement sous-estimées.

Les sociétés de vente ne se croient pas tenues de proposer une "vraie" estimation, ni de fournir de vrais prix, afin de faire venir le maximum d'acheteurs sous couvert de participer à une bonne action... Ce procédé n'est pas toujours à l'avantage des artistes, par conséquent à pratiquer avec modération.

Les Marques

L'art offre un support d'expression privilégié et flexible pour une entreprise qui souhaite mettre en scène des produits, communiquer sur ses valeurs, et travailler une image innovante, créative auprès de ses clients.

Lors d'une soirée de lancement d'un produit, il n'est pas rare de voir un artiste se transformer en ambassadeur de marque pour réaliser une performance, une installation ou exposer des œuvres. La marque intègre alors le travail de l'artiste, la signature, l'univers, les couleurs aux stratégies de sa communication. Bienvenue dans l'artketing !

Qui n'a jamais entendu parler des collaborations artistiques entre Louis Vuitton et les artistes Takashi Murakami, Retna, André ? Ou celles de Chanel demandant au sculpteur Xavier Veilhan de redécorer une de ses boutiques à Paris ?

Moi-même à l'occasion de la collection « Jasmin » du joaillier Louis-Edouard Lejeune, j'avais exposé une série de tableaux au Village Royal à Paris.

Autre exemple, pour les 50 ans des appareils électroménagers Candy, j'avais été conviée, avec 2 autres artistes, à réaliser des tableaux (4 tableaux chacun) pour cette soirée privée, à Paris, près de Beaubourg.

Une belle soirée remplie de journalistes, de publicitaires, de beaux contacts qui avait débouché sur la vente de mes 4 tableaux, des publications et des propositions artistiques. Des archives illustrées qu'on peut retrouver sur mon blog amylee.fr.

Les Boutiques

Les boutiques ou les espaces commerciaux peuvent faire office de showroom ponctuels pour les artistes en recherche de visibilité. A plusieurs reprises à mes débuts, j'ai exposé mes tableaux dans des boutiques de vêtements.

Mes tableaux se retrouvaient alors en vitrine, visibles depuis la rue et à l'intérieur du magasin pour davantage de choix.

Les boutiques de Créateurs, les salons de coiffure, les Pop Up stores, les agences de voyage ou les cabinets d'assurances peuvent être des lieux stratégiques pour montrer son art lorsqu'on n'est pas encore exposé en galerie.

Les Hôtels

Le paysage de l'hôtellerie a profondément changé depuis fin 2010. Les hôtels déploient de nouveaux services pour leurs clients comme des collections d'art ou des prestigieuses caves à vins. La présence d'œuvres d'art dans un hôtel est un atout majeur permettant de conserver un œil ouvert sur la création locale ou internationale. En tant qu'artiste ne passons pas à côté de telles opportunités !

Cette nouvelle approche ludique de l'art dans l'hôtellerie contribue, en toile de fond, à faire aimer l'art, à s'y intéresser et à découvrir de nouveaux artistes en devenir.

A titre d'exemple, je démarche régulièrement des hôtels pour de nouvelles expositions. J'aime l'accessibilité artistique que l'hôtel propose à ses clients. J'apprécie les équipes qui sont toujours au petit soin pour l'artiste. J'adore les ventes que cela me procure.

Pour plus d'informations sur les expositions dans les hôtels, je vous recommande mon livre numérique "Les expositions et l'artiste".

Les institutions

Certains artistes font le choix de trouver des débouchés dans les achats nationaux (collection de l'état) ou régionaux (FRAC, DRAC, Musées) ou auprès de mécènes privés ou de fondations. La sélection y est terriblement impitoyable et le réseautage, voire "le copinage" très présent.

L'argent & l'artiste

Attention toutefois, il semble que les artistes dont le succès est acquis dans le cercle restreint des ventes institutionnelles ne connaissent pas toujours le même succès auprès du grand public amateur d'art.

BON A SAVOIR

Un projet d'exposition pointe son nez dans votre planning, rencontrons-nous pour le structurer et l'optimiser. Les Rendez-vous en ligne sont faits pour ça !



9. Les actions pour vendre

Vous connaissez maintenant votre cible, il est temps de fidéliser votre communauté.

Soyez présent.e sur les réseaux (blog, newsletters, Facebook, Instagram, etc...), pour partager, émouvoir, déclencher des opportunités, des propositions, et des ventes.

Si les membres d'une communauté ne trouvent rien de suffisamment intéressant au sujet de l'artiste, ils iront ailleurs. Le temps du zapping est bien là !

Développer son audience

Quelle que soit la taille de la communauté, **4 pouvoirs** aident les artistes à nourrir leur audience.



L'argent & l'artiste

LA REGULARITE

Ne pas s'arrêter de créer, même si, au début, il y a peu d'engagement de la part des abonnés. Partager du contenu, du texte, des images, des vidéos, des évènements, des actualités...

LA CREATIVITE

Etre inventif, créatif et curieux avec son art. Suivre ses obsessions. Le portrait, la couleur, les fleurs, le conseil dans mon cas !

L'INSPIRATION

Prendre du plaisir, rester dynamique et plein d'énergie. Apporter de la valeur ajoutée à sa communauté en partageant des échanges formateurs, de l'émotion, un cercle familial, de la motivation.



L'INTERACTION

Contribuer et participer aux discussions, répondre aux messages privés. Aligner sa communauté avec ses objectifs, ses valeurs.

BON A SAVOIR

Mieux vaut commencer à bâtir une communauté avec peu de personnes sincèrement motivées qu'avec 20 000 personnes totalement désintéressées qui ne regardent jamais vos publications. L'important est de créer un lien fort regroupant des personnes privilégiées et actives.



Renforcer la satisfaction client

Sur un marché très concurrentiel, les artistes doivent trouver des leviers de différenciation.

L'argent & l'artiste

La satisfaction client est un indicateur permettant de mesurer l'état de contentement d'une personne vis-à-vis d'un service ou d'un achat d'art.

Voici quelques suggestions au choix :

- *Adopter sourire et bienveillance. Le sourire doit devenir une seconde nature. Si vous êtes heureux et positif, le client l'est aussi !*
- *Apporter une réponse rapide à une question d'un internaute. Dites-vous qu'une personne en attente est une personne stressée*
- *Changer votre manière de faire dès que vous recevez plus de deux fois la même critique*
- *Réduire le stress et l'incertitude d'un abonné en étant plus clair dans les messages. Employez un vocabulaire accessible et facile à comprendre*
- *Respecter les délais promis. Soyez prudent dans vos annonces pour éviter les déceptions. Déception source d'insatisfaction !*
- *Accepter de rembourser si besoin. On évite ainsi tout risque de bouche-à-oreille négatif*
- *Aller au devant du client. Tenez-le informé, n'attendez pas qu'il vous écrive (par exemple pour savoir si le tableau a été expédié)*
- *Demander à vos clients de laisser leur avis ou témoignage, sans oublier de le remercier pour cela*
- *Rester calme et pédagogue dans toute situation. Explications et démonstrations sont toujours appréciées pour répondre aux questions. C'est un excellent moyen de fidélisation*
- *Créer la surprise. Privilégiez des cadeaux d'une certaine qualité pour marquer le coup*
- *Ajouter une foire aux questions au site internet. Ainsi les internautes pourront trouver leurs réponses rapidement et sans grand effort*
- *Personnaliser les offres et les services. Tout le monde (et moi la première) aime se savoir unique, considéré et valorisé*

Utiliser le marketing digital

Situé en amont de toute communication, le marketing est un outil, voire une discipline, qui a pour but d'analyser et d'inspirer les internautes pour développer les besoins, l'offre et les ventes.

Le marketing digital a un rôle majeur dans le succès d'un artiste face à la concurrence. Nul besoin d'être hyper sexy, élaboré ou cher pour donner de très bons résultats, le marketing permet la mise en place de plans d'action efficaces, d'outils performants pour communiquer et vendre.

Pour répondre aux attentes des amateurs d'art, il existe différents types de marketing.

Voici ci-dessous les plus utilisés par les artistes :

Le marketing d'empathie

Mon préféré. Il vise à développer une relation saine, personnalisée et conviviale afin de créer du lien avec ma communauté : mieux la comprendre, privilégier le pourquoi au comment.

Trop souvent, le marketing se réduit à une série de tactiques : publicités, promotions, concours ou autres.

Savez-vous qui lit votre blog, qui regarde vos vidéos et qui vous suit sur Facebook ou Instagram ? Qu'attendent-ils de vous ? Qu'espèrent-ils trouver sur votre site ?

Les contenus que vous partagez et les solutions que vous proposez n'ont d'intérêt que s'ils sont adaptés aux attentes d'un public cible.

Sans un minimum d'empathie, les abonnés se lasseront vite et iront voir ailleurs. L'empathie mène vers une compréhension plus fine, un dialogue plus juste et une meilleure résolution des problèmes qui touchent les abonnés.

L'argent & l'artiste

Ce type de marketing aide à adapter sa communication en conséquence, à la rendre inspirante et surtout plus humaine.

Le succès d'une approche empathique repose sur 3 éléments :

- *l'observation des abonnés (à l'écoute de leur comportement, leur préoccupation)*
- *l'engagement avec les abonnés (rencontres, questions, interactions)*
- *l'immersion (l'artiste expérimente et vit les mêmes situations que ses abonnés)*

Ex : j'utilise l'empathie pour faire des choses. Des choses qui font découvrir mes tableaux et mes écrits. Des choses qui répondent aux besoins des gens. Des choses qui illuminent leurs journées. Des choses qui ajoutent de la valeur à mon parcours.



BON A SAVOIR

Il existe des formations en ligne, des webinaires, des vidéos sur YouTube pour approfondir le marketing d'empathie. N'hésitez pas à aller jeter un œil !

Le marketing émotionnel, sensoriel

Il permet de renforcer l'identité et la différenciation d'un artiste ou d'une oeuvre. Le fait de susciter des émotions, des sensations permet selon les cas :

- de favoriser l'acte d'achat
- de mémoriser la création
- de s'attacher à l'artiste

L'important est d'utiliser les émotions à bon escient (sans manipulation, ni intention sous-jacente).

Ex : en 2013, ma vidéo de vernissage illustré avec Daria Jabenko relève de l'idée de marketing émotionnel, voire sensoriel. L'art se mélange alors aux parfums, aux saveurs, aux émotions. La vidéo est visible sur mon compte YouTube.

Le marketing promotionnel

La démarche regroupe un ensemble de moyens exceptionnels ou spéciaux mis en place dans le plan d'action d'une communication artistique. L'objectif est de susciter un changement de comportement d'achat auprès de son audience.

Ex : envoi d'une newsletter proposant une offre spéciale à durée limitée sur certaines éditions limitées.

Le buzz marketing

Le marketing viral vise à créer une rumeur médiatique avant de sortir la création. L'utilisation du "Good Buzz" permet de se concentrer sur les aspects positifs d'une oeuvre ou les actualités de l'artiste.

Ex : une collection, une exposition, un livre prochainement en ligne. L'utilisation d'une bande annonce vidéo peut-être efficace. Voir ma vidéo YouTube intitulée "Website Teaser" publiée en 2016 à la sortie de mon nouveau site web.

Le storytelling

L'art de raconter des histoires significatives. Le storytelling est une méthode qui a pour objectifs :

- de capter l'attention
- de faire passer un message tout en suscitant de l'émotion



Qu'il soit tiré d'un témoignage, d'un souvenir, d'un récit, le storytelling permet d'amener l'image d'un artiste ou de ses oeuvres vers plus de proximité. C'est une création de contenu informatif pertinent visant à promouvoir l'histoire, l'identité et les valeurs de l'artiste à une audience spécifique.

Ex : j'utilise évidemment le storytelling dans mes publications blog, newsletters mais aussi pour Instagram et Facebook. J'apprécie de partager mon ressenti, mes idées, mon parcours d'artiste en quelques paragraphes.

La bienveillance avant tout

Comme tout le monde, il m'arrive d'avoir des périodes de doute, surtout au moment d'envoyer mes fiches ou mes newsletters à mes abonnés.

Dans ces cas-là, je repense alors aux personnes qui ont acheté mes tableaux, mes conseils, mes livres. Des personnes qui ont ressenti un besoin à un moment donné, et là, mes hésitations ne leur rendent pas service.

L'argent & l'artiste

Avec sincérité et intégrité, je pense qu'il faut envisager notre mission d'artiste comme une aide apportée aux autres et se débarrasser de cette conviction selon laquelle "vendre" est presque un gros mot.

Vendre peut prendre un caractère parfaitement élégant, sincère et respectueux surtout si la création, le savoir et les compétences utilisées démontrent que nos créations restent utiles à une certaine communauté.



10. Les fondamentaux pour multiplier les contacts

Publicité en ligne, newsletter, invitation vernissage, webinaire, les supports sont riches et variés pour communiquer avec sa communauté.

Savez-vous qu'en moyenne, au niveau mondial, les abonnés entrent en contact avec une création ou un artiste plus de 4 fois avant d'acheter une oeuvre ou faire appel à ses services ?

Les outils pour multiplier les points de contacts sont nombreux :

- *envoyer des newsletters*
- *faire de la publicité en ligne sur les réseaux sociaux*
- *présenter une boutique en ligne (facile d'accès et efficace)*
- *animer un blog - avoir une stratégie de contenu*
- *faire du storytelling dans ses publications LinkedIn, Facebook, Instagram*
- *faire du référencement naturel sur Google*
- *faire du lancement orchestré pour la sortie d'une collection, d'une collaboration*
- *publier des vidéos, des webinaires, des artbooks, des guides*
- *organiser des événements réels (expositions, dédicaces, vernissages, etc...)*

La newsletter ou l'infolettre

Lettre d'information ou de diffusion, la newsletter sert à augmenter le trafic d'un site internet, à mettre en avant son art, un service, ou une actualité.

L'utilisation de la newsletter est l'une des meilleures solutions pour maintenir le contact avec sa communauté, créer du lien et augmenter sa visibilité.

Ne pouvant pas forcer les ventes ou vendre dans chaque e-mail, l'artiste peut se servir de son quotidien pour fidéliser ses contacts : partager son quotidien, inspirer, informer, établir des relations authentiques et durables avec ses abonnés.

L'argent & l'artiste

Les gens s'intéressent beaucoup aux artistes, à leur façon de travailler et à ce qui les fait vibrer.

De nombreux collectionneurs sont eux-mêmes des gens créatifs qui apprécient de se retrouver dans les anecdotes envoyées par l'artiste. A y penser pour une prochaine newsletter !



Réussir sa newsletter

La newsletter doit être attendue et reçue à date fixe (envoi hebdomadaire, mensuel, trimestriel, annuel, spontané selon son choix). Si vous envoyez une fois par mois, choisissez un jour de référence.

A titre d'exemple, sur amylee.fr, la newsletter est envoyée le 15 de chaque mois.

Il est recommandé d'adresser un message avec un argumentaire de vente tous les 3 ou 4 newsletters. Envoyer un message de vente continuellement à ses abonnés peut provoquer une certaine lassitude et des désabonnements massifs. Il est alors malin d'utiliser un calendrier éditorial pour communiquer de façon variée et organisée.

Si l'on veut maximiser la lecture d'une newsletter, mieux vaut éviter les textes "fleuves" ou "pavés", des messages trop longs qui nécessitent plusieurs scrolls de souris pour atteindre la fin du texte :

- *Pas plus de 6 scrolls pour du texte uniquement.*
- *Avec des images ou une liste d'articles, on peut aller jusqu'à 10 scrolls.*

Une newsletter épurée incite davantage au clic. Mieux vaut scinder une newsletter qui apporte trop d'informations au lecteur plutôt que de le perdre et qu'il n'ait plus envie d'ouvrir les prochaines.

Dans le cas où le message est plus focalisé sur l'histoire de l'artiste, rien n'empêche ce dernier d'inclure un lien vers son site Web ou sa boutique en ligne dans tous ses messages (par exemple en signature de Newsletter) pour permettre ainsi aux personnes intéressées d'accéder au site Web plus facilement.



L'argent & l'artiste

Exemples de thématiques pour de prochaines newsletters :

- *Un thème ou une cause spécifique à défendre*
- *Un aperçu de l'intérieur de l'atelier*
- *Un aperçu des outils, du matériel, de la technique utilisée*
- *Des photos des dernières inspirations*
- *Une œuvre en cours de création*
- *Nos citations préférées sur l'art ou sur nos valeurs*
- *Souvenirs partagés d'une dernière actualité (spectacle, vernissage, lecture, etc...)*
- *Témoignage d'une personne qui a récemment acheté notre travail*
- *Des photos de notre dernière œuvre d'art terminée*
- *L'invitation à un événement*
- *L'animal de compagnie, mascotte de l'atelier*
- *La présentation d'une nouvelle collection, d'une exposition*
- *L'offre spéciale sur une édition limitée. Résistez à la réduction des prix sur les originaux et les pièces uniques*
- *L'offre spéciale à durée limitée (un code de coupon avec une date d'expiration) sur un service particulier*
- *L'offre VIP avec un lien spécial pour les clients privilégiés*

Mailpoet, Mailchimp, Sendinblue, Mailjet sont des logiciels facilitant l'envoi de newsletters.

BON A SAVOIR

Ne pas oublier d'ajouter un footer à toutes ses newsletters pour laisser la possibilité aux abonné.e.s de se désinscrire à la liste de diffusion.

La boutique en ligne

Affichez ou non les prix ?

Avec l'augmentation des boutiques en ligne, nombreux sont les artistes qui se posent la question de l'affichage des prix. Est-ce utile ou de mauvais goût ?



Question délicate à laquelle il n'existe pas de réponse ferme et définitive. Dans les deux cas, il y a du pour et du contre, c'est donc à l'artiste qu'il revient de trancher selon ses critères d'appréciation.

Posez-vous ces questions :

- *Avez-vous l'intention de vendre votre art ?*
- *En tant qu'internaute, avez-vous l'habitude d'envoyer des messages quand les prix ne sont pas indiqués ? Probablement que non*
- *Préférez-vous acheter sur des site web où les prix sont affichés ou alors masqués ? Les acheteurs mal informés n'ont pas l'habitude de sortir la carte de crédit*

Pourquoi afficher ses prix ?

- *Pour orienter le visiteur dans ses recherches d'acquisition*
- *Pour économiser du temps et de l'énergie à l'artiste. Répondre aux e-mails, aux messages, commentaires, aux tweets et aux appels téléphoniques concernant les prix prend du temps*
- *Pour permettre au visiteur de visualiser son budget et son intention d'acheter*

L'argent & l'artiste

Internet est devenu un immense magasin. Les prix comptent vraiment.

Lorsque le prix n'est pas affiché, l'internaute peut s'imaginer que l'œuvre est certainement bien trop chère pour lui, et continuer son chemin.

En l'absence de prix, l'artiste génère beaucoup moins de ventes.

BON A SAVOIR

Le manque d'information n'incite personne à agir. Le fait de masquer des informations essentielles peut bloquer l'achat.

Pourquoi ne pas afficher ses prix ?

- *Parce que l'artiste n'a pas une réelle idée de ses prix*
- *Parce que le tableau est déjà vendu*
- *Parce que c'est une commande sur-mesure. Il est possible d'indiquer seulement une fourchette de prix, une estimation « à partir de » ou un tarif légèrement supérieur aux prix habituels proposés en galerie*
- *Parce que l'artiste préfère être contacté. La communication directe permet le développement d'une relation commerciale potentielle, sérieuse et continue*
- *Parce que l'artiste a un accord ou un contrat avec une galerie ne lui permettant pas d'exposer ses prix sur son site web. On peut toujours ajouter le lien de la galerie pointant sur la page de son travail plutôt que la page d'accueil*

BON A SAVOIR

Pour les artistes représentés en galeries, il est fréquent de voir des prix légèrement plus élevés qu'en galeries. Une manière d'améliorer les relations avec ses collaborateurs. Et dans les affaires, les relations sont tout.

Les mentions légales

Dans le cas d'une boutique en ligne ou d'un blog, il est fortement recommandé de fournir des informations susceptibles d'intéresser les visiteurs.

Les conditions générales d'utilisation

Les CGU interviennent dans les relations entre l'éditeur du site et l'internaute. Elles enseignent notamment les règles de bonne utilisation. Pour être valables, les CGU doivent être accessibles depuis chaque page du site ou de la boutique.

Les conditions générales de vente

Bien qu'elles contiennent certaines mentions déjà incluses dans les CGU, les Conditions Générales de Vente (CGV) régissent les relations commerciales entre les parties, dans la mesure où elles abordent des points différents comme l'expédition, les délais de livraison, la politique de retour.

Il n'est donc pas inutile d'avoir à la fois des CGV, ainsi que des CGU sur son site Internet.

L'ajout de ces renseignements sur une boutique rassure les internautes en rendant plus confortable l'acte d'achat. Ne l'oublions pas, ils ne peuvent ni toucher, ni voir réellement l'oeuvre.

Sur internet, il existe des générateurs de mentions légales gratuits ou payants.

Vous trouverez des exemples de mentions légales gratuites générées sur :

- generateur-de-mentions-legales.com
- site-internet-qualite.fr/mentions-legales
- wonder.legal/fr/modele/mentions-legales-site-internet

II. L'art d'être en règle

Quand on passe du **statut d'amateur à celui de professionnel**, il faut bien se **familiariser avec le milieu de l'entrepreneuriat**.

L'artiste doit alors jongler avec de nouveaux outils : **les devis, les factures, la comptabilité** (même si elle est sommaire au début), **un nouveau vocabulaire à employer, des dépenses et des rentrées** d'argent à notifier... Bref, du boulot en plus, pas évident à mettre en place, une organisation qui démotive souvent...

Voici des organismes à connaître quand on développe une activité artistique :

- URSSAF
- Maison des Artistes - MdA
- Impôts

Mais avant toute chose, pour réussir, il y a des règles financières que l'artiste doit connaître. Surtout quand on se lance.

Voici **3 règles à retenir** pour davantage d'aisance dans ses finances :

Etre prévoyant

Avoir une vision juste de ses besoins, de ses frais fixes, de ses prochains achats pour mieux gérer ses dépenses. Les artistes qui font des prévisions de trésorerie augmentent leur chance de perdurer.

A titre d'exemple, j'anticipe mes frais quand j'organise une prochaine expédition, l'achat de grands châssis ou les billets d'avion pour aller voir mon galeriste autrichien.

Assurer ses arrières

Ne prenez jamais le risque de travailler sans accord préalable signé.

L'argent & l'artiste

Pour éviter tout impayé, l'artiste doit faire signer un bon de commande ou un contrat de collaboration, un devis (voir exemple proposé dans le livre la gestion et l'artiste).

Ce document doit indiquer clairement plusieurs éléments. La mission à effectuer, la date de livraison, le tarif de la prestation ainsi que le délai de paiement.



Posséder un deuxième compte bancaire

A la fin de chaque mois, l'artiste vérifie ses revenus pour régler la MdA (Maison des Artistes), URSSAF ou tout autre impôt. L'idéal est de tenir à jour ses comptes mensuellement pour savoir quel montant est à mettre de côté pour les taxes et cotisations.

Mélanger l'argent personnel et l'argent de son business n'est pas toujours très judicieux.

L'argent & l'artiste

Avec les impôts et les taxes, il vaut mieux que l'argent de son art soit sur un compte distinct, avec ses propres relevés qu'on peut ainsi justifier pour telle ou telle dépense.

En utilisant un deuxième compte bancaire, on a une meilleure visibilité et on est moins tenté de piocher dedans.

Plusieurs solutions sont envisageables :

- *Autre compte personnel*
- *Compte Professionnel (normalement non obligatoire pour les indépendants...)*
- *Néo-banque (une solution à moindre frais et accessible sur Internet. A titre d'exemple, les plus célèbres sont : [revolut.com](https://www.revolut.com), [n26.com](https://www.n26.com), [shine.fr](https://www.shine.fr), [qonto.eu](https://www.qonto.eu))*

Les Sorties d'argent

Pour rendre son activité prospère, l'artiste doit avoir des outils mais aussi faire preuve **de stratégie, d'actions, d'organisation** pour y parvenir.

Tout comme les pinceaux ou les couleurs dont il a besoin pour créer un tableau, l'artiste a également besoin d'investir dans différents services pour gérer le bon développement de son activité.

Voici une liste non exhaustive :

- *Achat de matériel, toile, peinture, auxiliaire, pinceaux, chevalets, accessoires ou autres*
- *Les frais de packaging, emballage, carton, caisse en bois*
- *Le mobilier d'appoint, l'éclairage*
- *L'ordinateur, imprimante, appareil photo*
- *Le budget communication (cartes de visite, cartes postales, logiciels)*
- *Les éventuelles formations et stages de perfectionnement*
- *Les frais fixes mensuels (loyer, eau, électricité, abonnement internet)*
- *Le moyen de locomotion (transport en commun, essence)*
- *Les cotisations sociales et impôts*

L'argent & l'artiste

- La TVA. Si vous êtes en franchise en base, déclarant un Chiffre d'Affaires (la somme du montant de vos factures) de moins de 44500 € -pour 2020 -, pas de TVA. Si vous êtes au-dessus du seuil, la TVA est à payer par trimestre
- Les transports & expéditions pour livrer le client (La Poste, TNT, Fedex, UPS)
- Les Assurances telles que la Responsabilité Civile Professionnelle, les Assurances pour le Stock d'oeuvres, ainsi que les assurances transport sont recommandées pour l'activité artistique professionnelle. L'assurance est recommandée pour toute organisation d'exposition, pas seulement au moment de l'envoi de l'œuvre, mais aussi pendant toute la durée de son exposition dans un lieu autre que l'atelier.

Ex: Henner

BON A SAVOIR

Si la vente est effectuée par une tierce personne (galerie, curateur, agent, etc...), une commission est à prévoir du montant établi lors de la mise en place de la collaboration.

Les outils de paiements 2.0

On peut catégoriser les moyens de paiement en deux courants : les plus traditionnels, que nous utilisons au quotidien depuis longtemps (virements, chèques, et espèces) et les plus récents, qui bénéficient des avancées de la technologie en s'adaptant aux enjeux actuels.

BON A SAVOIR

Utiliser de préférence les virements pour les gros montants et les échéanciers. Vigilance avec les chèques compte tenu des fraudes très nombreuses.

Quand on vend de l'Art en direct sur Internet, on passe automatiquement par des nouveaux outils de paiements, qui s'avèrent être un atout incroyable pour simplifier la vie des artistes entrepreneurs.

L'argent & l'artiste

Voici plusieurs solutions de paiement tierces permettant d'accepter les cartes de crédit ou de débit via une boutique en ligne.



BON A SAVOIR

Les plugins ou modules d'extension sont conçus pour ajouter des fonctionnalités à un site web ou à une boutique. Ces programmes informatiques sont des solutions sûres et rapides pour permettre la vente en ligne d'oeuvres d'art.

Payplug — ma préférence

Les avantages : interface 100% production française, en français et réactif sur le support et très facilement intégrable. Possibilité de mensualisations. Plus cher en commissions, mais garantie à 100% du montant global mensualisé et pas seulement le 1er versement.

Pledg – ma préférence pour les paiements en plusieurs fois

Les avantages : très robuste, intégrable avec beaucoup de sites e-commerce, permet d'augmenter ses ventes avec plus de flexibilité et de convertir les paniers clients. C'est un outil exceptionnel pour permettre aux clients de payer en plusieurs fois. Très pratique pour l'étalement d'achats importants. Et versement de la totalité de la somme après l'achat. Petite mention spéciale à l'accueil téléphonique de Cléa et Victor !

Stripe

Les avantages : facilité à mettre en place, interface claire, excellent support client. C'est la solution qui a le moins de commission par transaction, par rapport à Paypal par exemple.

Mais de l'autre côté, Stripe paie par virement entre 3 à 7 jours après la vente effective. Donc, peut-être à éviter si votre besoin de trésorerie est important.

PayPal – un incontournable

Les avantages : assez simple à mettre en place comme Stripe, interface claire, excellent support client. Solution bien évidemment connue à travers le monde entier, acceptation de tous types de paiements internationaux et conversions de paiements étrangers.

PayPal a de grosses commissions bancaires, mais dès la vente effectuée, votre argent est disponible pour virement sous 2 jours ouvrés.

L'argent & l'artiste

Sum Up

Les avantages : Sum Up est à la base un TPE. On peut l'utiliser lors de salons, de foires d'Art ou autres, mais, à distance, je peux envoyer un lien de paiement sécurisé, ce qui est assez pratique. Les frais pour les liens de paiement sont assez élevés. En ce qui concerne le TPE, les frais de transaction sont assez corrects.

Easy Digital Downloads

Les avantages : s'utilise sur WordPress. Une réelle alternative à Woocommerce pour les produits digitaux, résultat satisfaisant, installation très simple et possibilité de mettre en place des codes de réductions.

Il fonctionne avec Stripe et des extensions payantes permettent les abonnements (paiements récurrents ou en plusieurs fois).



GoCardless

Les avantages: GoCardless est une application qui permet des prestations ponctuelles et/ou récurrentes. Possibilité de liens de paiement.

Bien évidemment, cette liste est non exhaustive.

Le suivi et la gestion

Le logiciel FACTOMOS

Je suis toujours à la recherche de bonnes idées en **matière d'optimisation de carrière artistique** et aussi de bons plans qui font plaisir.

Depuis le 1er janvier 2018, il est obligatoire de facturer avec un logiciel agréé par l'Etat et on ne peut plus facturer ni sur Excel, ni sur Word ou autres.

Logiciel pensé et créé par l'artiste Andrès Gleixner, **FACTOMOS** permet directement de renvoyer un lien de paiement via Stripe, PayPal ou GoCardless depuis la facturation. Ce lien est inclus directement dans la facture. Hyper pratique pour les clients et surtout l'information s'enregistre directement dans la comptabilité.

Recommandé par la MdA, **FACTOMOS** est **un logiciel payant vraiment pratique et rapide** facilitant la création et la gestion des factures, des devis, des suivis de paiements.

D'autres solutions équivalentes existent en matière de gestion d'activité professionnelle :

L'argent & l'artiste

- Quickbooks - payant
- Zervant - gratuit
- Henri - gratuit

Pour information complémentaire, je recommande mon livre numérique "[La Gestion et l'artiste](#)" qui développe plus en détails la gestion d'une activité artistique (administratif, organisation, expédition).

12. L'argent et ses excès

Les 4 erreurs à éviter sur le web

Vous êtes en train de bâtir une communauté regroupant des abonnés et des contacts autour de votre art. Excellente initiative !

Seulement voilà, cela prend du temps. C'est normal, toute relation stable et qualitative s'établit dans la durée.

Pour y arriver, je vous ai livré plusieurs solutions au fil des pages de ce livre, en revanche, ne tombez pas dans le piège des dépenses inutiles.

Voici les "fausses bonnes idées" à ne surtout pas reproduire :

ERREUR n°1 : acheter des abonnés

Acheter des abonnés, des followers est une pratique tentante quand on construit une communauté, mais ce n'est pas vraiment "réglo".

L'achat de followers sur les réseaux sociaux (Instagram, Pinterest, Facebook, YouTube) est motivé généralement par les mêmes envies : augmenter son nombre d'abonnés ou devenir artiste influent.

L'achat de followers est une pratique peu respectueuse des conditions d'utilisations des réseaux sociaux. Les algorithmes d'ailleurs savent très bien les repérer et pénaliser les fraudeurs.

Plusieurs milliers d'abonnés en quelques minutes n'est rien d'autre que de l'achat de faux followers : des profils fantômes créés par des logiciels.

Oubliez cette fausse bonne idée, les sociétés qui commercialisent des abonnés en masse ne vendent que du rêve. Garder plutôt votre argent et votre temps pour des pratiques authentiques et efficaces.



ERREUR n°2 : LASSER les prix

Sur le web, la concurrence artistique est rude. Nous sommes des milliers à proposer de l'art en vente. Cela est certainement dû au fait que chacun peut se former en autodidacte.

Le problème ne se pose pas chez les chirurgiens ou les dentistes, un métier qui exige un diplôme pour toute ouverture de cabinet.

L'art est accessible à tous et c'est tant mieux. Il est fréquent de rencontrer des artistes autodidactes bien plus talentueux que des artistes sortant d'écoles. Je suis ravie de voir mon chéri se développer en tant qu'auteur-photographe autodidacte.

Là où le bât blesse, c'est lorsque des artistes, souvent non déclarés, proposent des oeuvres originales à très bas prix, des oeuvres de dimensions conséquentes affichant des prix avoisinant 60€ ou 80 \$.

Ces artistes ont bien souvent un métier rémunéré à côté et n'ont pas besoin de leur art pour vivre.

Ils utilisent alors Instagram ou Pinterest pour se faire facilement de l'argent de poche, une pratique qui fait du mal à la profession :

- *en tirant les prix vers le bas*
- *en habituant les amateurs d'art à voir/acheter des oeuvres à petits prix*
- *en parasitant et court-circuitant les artistes professionnels*
- *en pratiquant la vente au noir*

Surtout, ne devenez pas ce genre d'artiste !

ERREUR n°3 : publicité payante sans stratégie

Les algorithmes des plateformes sociales nous poussent à payer la visibilité de nos actualités pour davantage d'audience.

Sur Facebook par exemple, les publicités sponsorisées sont de plus en plus fréquentes. Pourquoi pas vous prochainement ?

Avant de payer votre toute première publicité Facebook ou Instagram, vérifiez votre stratégie. Que voulez-vous mettre en avant : les dates d'un vernissage ? La sortie d'une collection, d'un livre ? Avoir juste une centaine de likes sous votre vidéo ?

Mieux vaut dépenser votre argent intelligemment en investissant dans une publication susceptible de vous rapporter de l'argent en retour. Une exposition, un lancement de boutique en ligne, une invitation à un salon d'art sont des événements productifs qui peuvent générer des rentrées d'argent.

L'argent & l'artiste

En revanche, payer une publicité pour augmenter le nombre d'abonnés ou de likes, est une stratégie complètement à revoir.

Dans la vie, il faut agir selon des priorités.



ERREUR N°4 : investir dans du fake

Soyez vigilants, de nombreuses arnaques circulent sur Google ou Facebook. Grâce à la magie d'Internet, gagner de l'argent en un temps record est devenu un jeu d'enfant, mais aussi le terrain favori d'escrocs qui profitent de la crédulité des internautes.

La plupart du temps, les arnaqueurs vivent au bout du monde, proposent une offre alléchante, possèdent un site web ultra-récent, sont absents de Google pour en savoir moins sur eux.

Si vous désirez arrondir vos fins de mois ou gagner un complément de revenus, je vous invite à être vigilant sur le web. Vérifiez toujours le profil des personnes et les témoignages laissés à propos de cette société.

Les œuvres d'arts soldées

A l'origine, les soldes portaient sur le prêt-à-porter. La Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) a pu constater qu'au fil des années, des secteurs de plus en plus nombreux participaient à cet événement commercial.



Avec internet et la naissance des boutique-ateliers présentant d'étonnants objets et produits liés au monde du textile, de la mode, des bijoux, de la décoration et des arts de la table, certains marchands d'art en sont même venus à proposer des tableaux en soldes !

L'argent & l'artiste

La tendance a rapidement séduit bon nombre d'artistes peintres, sculpteurs ou photographes...

Mais faut-il suivre cette tendance ?

Une œuvre peut-elle être démodée ?

Peut-on parler de collections démodées autour d'œuvres d'art ?

L'œuvre d'art n'est-elle pas hors du temps ?

Elle peut même être l'affirmation simultanée de plusieurs temps.

Une composition artistique reste donc une énigme et un affolement de la temporalité. Elle atteste d'un temps intermédiaire entre mémoires et pulsions. Elle est la trace ou le témoignage de l'artiste, d'une expérience à un moment donné.

Pour une pièce originale et unique comme un tableau ou une sculpture, difficile de parler d'œuvre démodée, qui a fait son temps.

L'œuvre d'art, pièce unique, ne peut pas être mise au même rang qu'une paire de chaussures démodée réalisée à des milliers d'exemplaires !

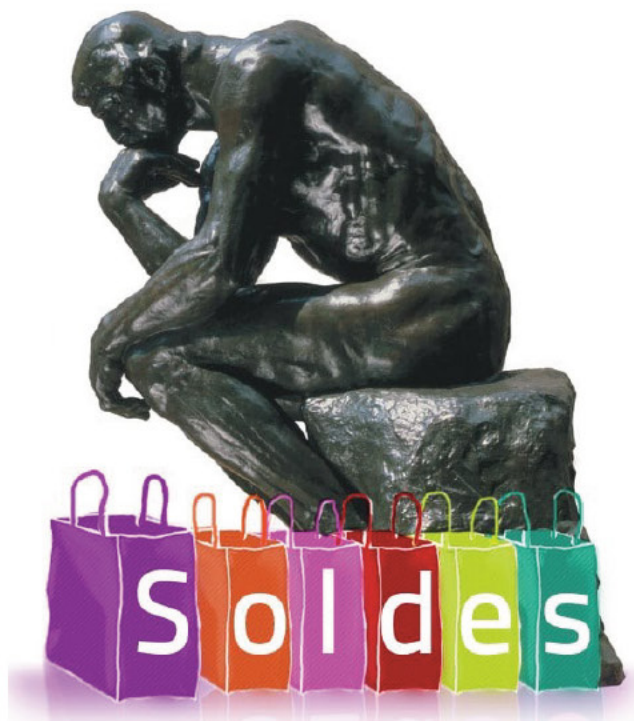
Puis-je solder mon art ?

Il n'est pas toujours bien vu qu'un artiste professionnel (peintre, plasticien ou un sculpteur) propose des œuvres soldées, surtout lorsque celui-ci est exposé en galerie.

Avec internet, on se sent libre de tout, de publier ses actualités, ses projets en cours, ses tableaux mais attention de **bien réfléchir** quand il s'agit d'**afficher le mot « soldes »** sur son site ou son blog.

Dans le milieu de l'Art, il est courant d'effectuer **des remises exceptionnelles sur des œuvres lorsqu'une négociation s'engage avec un client.**

Si vous êtes artiste (peintre, plasticien, sculpteur, photographe), que vous créez des **pièces originales et uniques**, que vous souhaitez **vous professionnaliser** dans ce métier et **exposer en galerie**, les soldes ne doivent pas faire partie de votre **stratégie commerciale**.



Montage : sculpture de Rodin.

Quels sont les risques ?

Afficher des oeuvres à -30 %, -40 %, -50 % sur internet

- cannibaliser votre propre création en pratiquant des prix yo-yo tous les 6 mois
- déstabiliser les clients avec des prix qui diffèrent trop souvent
- décrédibiliser le galeriste qui vous expose, qui lui ne pratique pas les soldes (artiste à mauvaise réputation, risques d'expulsion de la galerie)
- perdre des partenariats ou des futurs projets. Ne pas oublier que, sur internet, les artistes sont généralement suivis par des galeristes ou marchands d'art qui attendent le moment opportun pour proposer une collaboration
- manquer de professionnalisme
- affaiblir la valeur marchande de votre art et de votre cote naturelle

Pour les artistes débutants non exposés en galerie :

- *de dévaloriser vos créations et votre entrée dans le marché de l'art*
- *de faire passer vos œuvres pour de la production de masse, bas de gamme*

Les articles soldés non vendus terminent sur les étales de friperies, magasins de déstockage ou parfois, sont carrément jetés. On ne peut pas avoir les mêmes démarches avec une oeuvre d'Art.

De plus, une fois le prix de votre oeuvre baissée et la période des soldes achevée, c'est un peu étrange de remettre le prix avant les Soldes...

Les soldes ne font donc pas bon ménage avec l'Art. Moi-même, je ne les pratique pas.

Les arnaques à l'art

Sur le web on croise toutes sortes d'internautes : des bons et des moins bons.... Certaines personnes (mal intentionnées) profitent des portes d'entrée qu'offrent les sites web ou les blogs pour escroquer les artistes.

Des pirates se font alors passer pour « des clients sympathiques » en recherche d'œuvres artistiques.

Les escroqueries aux magazines

Depuis plusieurs années, certaines pratiques continuent de se perpétuer sur le web et encore trop d'artistes en sont touchés.

Des groupes d'édition mal intentionnés s'assurent des revenus sûrs et conséquents grâce à la solution facile de faire payer les publications à des artistes pour leur proposer davantage de prétendue visibilité.

L'arnaque est bien rodée, elle fait de nombreuses victimes chez les artistes débutants.



Les sommes demandées peuvent aller de 500 à 4000 € pour la mise en place d'un encart publicitaire à une page dans un magazine.

Les artistes nouvellement actifs sur Internet sont contactés, le plus souvent par email, par des sociétés d'édition dont l'objet est de vendre des parutions dans des magazines qui sont présentés comme des magazines à large diffusion, destinés à un public cible comme le luxe et l'art. L'argumentaire est convaincant, l'envie d'avoir de la visibilité tentante.

Une fois publié, rien n'assure la diffusion du magazine :

- *Retombées commerciales nulles*
- *Somme investie par l'artiste perdue*
- *Artiste démuni et désœuvré*

BON A SAVOIR

Certains groupes d'édition emploient des méthodes de vente agressives, font signer des contrats qui ne comportent aucune mention protectrice légale et tiennent des propos mensongers. Les artistes sont mis sous pression pour donner leur réponse immédiatement compte tenu de la publication imminente du magazine.

Les escroqueries aux expositions

Depuis le début de ma carrière d'artiste, j'ai été approchée par de nombreux arnaqueurs qui se prétendaient galeristes et je suis même encore traumatisée par l'un d'entre eux en 2009. Les poils de mes bras se dressent rien que d'y repenser.

Pour lutter contre les escroqueries à l'art, la prévention reste la meilleure des choses. Je rédige donc ces pages dans le but de vous prémunir car personne n'est à l'abri des arnaques.

Les professionnels de l'escroquerie de l'art ont beaucoup plus d'imagination que les artistes pourtant réputés très créatifs. Provenant de différents continents, ils naviguent sur les réseaux sociaux à la recherche d'une proie facile : l'artiste qui démarre, l'artiste qui possède un faible trafic sur son site internet et une toute petite communauté.

Félicitations, vous êtes sélectionné.e

L'artiste est contacté par email car son art a été sélectionné pour une prochaine exposition collective ou solo, en France ou à l'étranger.

La galerie "X" annonce ensuite à l'artiste que certains frais vont être affectés à l'exposition, à la communication de l'événement et que pour exposer, il devra déboursier plusieurs centaines, voire plusieurs milliers d'euros.

Sur un petit nuage suite à l'invitation, l'artiste débutant pense que c'est la procédure normale pour exposer dans une galerie.

Il envoie alors l'argent, suivi des tableaux.



Malheureusement l'exposition n'aura pas lieu.

Dans le cas où la galerie existe vraiment, les tableaux réceptionnés ne seront même pas installés, ni même déballés.

Les messages de l'artiste à la galerie restent sans réponse.

La colère monte... Encore une victime de plus...

Les escroqueries aux emails

Dans les tactiques de séduction les plus fréquentes, les arnaqueurs sont vraiment très forts pour vendre du rêve aux artistes. De peur de louper la vente de sa carrière, l'artiste se laisse alors berner sans résister.

Les tentatives d'approche ou d'hameçonnage s'orchestrent par e-mail / courriel pour proposer des scénarios complexes qui s'adaptent selon le contexte.

Le phishing - hameçonnage - est le point de départ de la majorité des cyberattaques. Pour s'en protéger, gardez ces règles essentielles à l'esprit :

PREVENTION

- *Méfiez-vous des noms de domaine sosies, des fautes d'orthographe dans les e-mails et les sites web et des expéditeurs d'e-mails inconnus*
- *Prenez garde aux fichiers reçus par e-mail d'expéditeurs inconnus, surtout s'ils vous incitent à faire une certaine action que vous ne feriez pas habituellement*
- *Vérifiez que vous faites vos achats auprès d'une source authentique. NE cliquez PAS directement sur des liens de promotion dans des e-mails. Recherchez plutôt le détaillant souhaité sur Google, puis cliquez sur le lien figurant sur la page des résultats de Google, par exemple*
- *Attention aux offres « spéciales ». « Une exposition à New York pour 150 € » n'est généralement pas une opportunité d'achat fiable ou digne de confiance.*
- *Veillez à ne pas réutiliser les mêmes mots de passe entre différentes applications et différents comptes*

Bien évidemment, **toutes les demandes par e-mail ne sont pas des arnaques**. Avec le temps, j'ai appris à détecter les escroqueries des demandes véridiques. Voici quelques exemples de messages d'arnaque :

- *Le Prince ou l'Altesse Royale d'un pays lointain prêt à payer les œuvres 10 fois leur prix...*
- *L'associé d'un riche collectionneur anonyme souhaitant expédier l'œuvre à une autre adresse*
- *Le travailleur en haute mer coincé sur un bateau ou une plateforme pétrolière souhaitant offrir à son frère ou à un proche un cadeau d'anniversaire ou de mariage*
- *Le mari qui écrit pour sa femme qui a craqué récemment sur plusieurs œuvres qu'elle aurait vues sur l'ordinateur portable*
- *L'amateur d'art au nouvel appartement en recherche d'œuvres authentiques*

Le profil de l'arnaqueur

Même si ces **fraudeurs changent régulièrement d'identités**, leur mode opératoire reste souvent le même.

Je le décompose pour vous ci-dessous :

- *L'interlocuteur désire rester anonyme*
- *L'interlocuteur dirige la vente jusqu'à la fin et impose son mode de paiement*
- *L'interlocuteur envoie un chèque qui n'est pas du bon montant ou se trompe dans le taux de change*
- *L'interlocuteur a des associés qui peuvent venir chercher l'œuvre à domicile*
- *L'interlocuteur demande d'encaisser le chèque, même si le montant est plus élevé que le prix de l'œuvre*
- *L'interlocuteur parle de mandat Western Union ou chèque*
- *L'interlocuteur demande à expédier l'œuvre dans un pays lointain*
- *L'interlocuteur est pressé et ne négocie pas le prix total*
- *L'interlocuteur souhaite acheter ou réserver plusieurs œuvres en même temps*
- *L'interlocuteur demande toutes les coordonnées de l'artiste ainsi que la photocopie de la carte d'identité ou du passeport de l'artiste*
- *Etrange formule de politesse en début de message. "Hello artist..." "Comment faites-vous aujourd'hui ?"*
- *Parfois, des coordonnées téléphoniques ou postales sont ajoutées en signature d'e-mail. Tout est faux !*

BON A SAVOIR

Plusieurs victimes d'arnaque au chèque ont déclaré sur divers forums de discussion que le chèque qu'elles avaient reçu était apparemment un "vrai" chèque, que la banque n'avait rien trouvé d'anormal au moment de l'encaissement, mais qu'au final, il s'agissait d'un chèque volé ou contrefait.

En France et selon les établissements, les transactions bancaires peuvent mettre jusqu'à 8 semaines (2 mois) pour vérifier l'approvisionnement d'un compte étranger.

Comment éviter les arnaques ?

Vous êtes victime d'une escroquerie ?

Des actions sont possibles.

Chaque cas a ses spécificités qui peuvent donner lieu à des actions différentes, reposant sur des fondements différents comme :

- *Les pratiques commerciales trompeuses*
- *Les pratiques commerciales agressives*
- *L'escroquerie*
- *L'abus de confiance, etc...*



La victime d'une arnaque aux annonces publicitaires, aux escroqueries à l'exposition, n'est donc pas démunie et en fonction des éléments du dossier, une action peut se révéler efficace.

L'argent & l'artiste

Dans tous les cas, le nombre fait la force et manifestement, une action concertée avec d'autres victimes des mêmes pratiques n'aura que plus d'impact.

- Tapez sur un moteur de recherche, l'adresse e-mail de l'interlocuteur pour vérifier son identité
- Tapez le nom, prénom de l'interlocuteur accompagné du mot "arnaque" pour constater les résultats de la recherche
- Analyser le contenu des messages si le premier message envoyé est dans un français/anglais correct et que les suivants sont dans un français/anglais plutôt médiocres avec des raccourcis de mots ou des tournures étranges
- Ne jamais encaisser un chèque qui ne correspond pas au montant d'une vente
- Attendre que le paiement soit confirmé par la banque avant de procéder méthodiquement à l'envoi - donc 8 semaines minimum -.
- Consulter / contacter la Maison des Artistes car beaucoup d'histoires d'arnaques sont répertoriées sur leur site web
- Alerter la DGCCRF - Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes - si vous avez des doutes sur les conditions de démarchage de ce groupe d'édition de magazine
- NE DONNEZ AUCUNE SUITE aux messages douteux et surtout ne donnez jamais vos coordonnées bancaires, adresse ou mots de passe

BON A SAVOIR

Restons vigilants ! C'est en nous unissant contre ce type de pratiques que nous pourrons les restreindre.

Etre vigilant et attentif

La MdA propose un questionnaire à adapter suivant la proposition reçue et le souhait d'en savoir plus sur les conditions de participation.

L'Agessa & La Maison des Artistes

LA SÉCURITÉ SOCIALE
DES ARTISTES AUTEURS

secu-artistes-auteurs.fr



QUESTIONNAIRE

- *Votre structure présente-t-elle uniquement des artistes professionnels (SIRET) ?*
- *Pouvez-vous me donner les noms des autres artistes participant à l'événement (si proposition d'exposition collective) ?*
- *Votre structure est-elle répertoriée au registre du commerce ? Pour une structure dans un pays étranger, demander si elle est répertoriée sur le registre du commerce du pays et d'avoir un extrait ou le n° d'enregistrement afin de vérifier auprès des autorités adéquates.*
- *En plus de la fiche de participation, y a-t-il un contrat d'exposition ? Si oui, puis-je avoir ce contrat afin de pouvoir l'étudier ?*
- *Avez-vous une assurance pour la durée de cette exposition ? Quelle assurance ? (Demander ses coordonnées)*
- *Est-ce possible de visiter le lieu d'exposition ? (Suivant la réponse et la situation géographique du lieu, argument : « Des amis résident dans votre région ou votre pays, peuvent-ils voir le lieu ? » ou « je souhaite me rendre dans votre région ou votre pays, peut-on se rencontrer et ainsi voir le lieu d'exposition ? »)*

BON A SAVOIR

Si votre ou vos interlocuteur(s) semble(nt) contrarié(s) par ces questions, votre argument sera « Trop d'artistes se font arnaquer par des propositions douteuses, vous comprendrez mes interrogations au sujet de votre proposition d'exposition ».

NOTE DE L'AUTEURE

Dans ce livre, je n'ai pas abordé, volontairement, tous les aspects de la vie économique de l'Artiste, même si cela est relié étroitement à l'Argent & l'Artiste...

En effet, toutes les procédures d'enregistrement de l'Artiste sur le site URSSAF seront explicitées sur le livre numérique "La Gestion & l'Artiste".

Votre **situation comptable et fiscale est unique** et ne pourrait être détaillée ici, dans ce livre numérique. De plus, il est préférable, après la réforme de 2019/2020 et suite aux multiples changements et modifications, de se rapprocher de la MdA ou de votre comptable ou expert-comptable ou fiscaliste. En effet, ceux-ci seront formés et experts dans l'analyse de votre fiscalité personnelle.

En tant qu'Artiste peintre, je n'ai pas l'expertise et la technique concernant vos questions sur la fiscalité et autres questions ou interrogations afférentes à ce sujet.

ANNEXE I

Astuces "Recyclage & Economie"

Ça vous dirait d'économiser de l'argent tout en réorganisant l'atelier ?

Il y a plein d'astuces et de bons gestes à connaître pour économiser sans pour autant perdre son temps. Allez hop, astuces !

Réutiliser les cartons

Je conserve les plus beaux et grands cartons que je reçois pour les réutiliser dans l'expédition de mes propres créations.

J'ai pris le coup de main pour les défaire de leur forme originelle sans les déchirer. Je les range ainsi plus facilement, bien à plat comme de gros livres.

Conserver le rembourrage des paquets

Dans les commandes que je reçois, je conserve le papier bulle et les rembourrages en plastique. Ils me sont très utiles pour caler les tableaux lors de mes expéditions personnelles.

Il m'arrive également de récupérer des métrages neufs de papier bulle dans les containers situés à l'arrière des grands magasins comme Alinéa ou Maison du Monde. J'ai le réflexe de jeter un œil à la sortie des poubelles avant leur ramassage. Une habitude prise quand j'étais aux Beaux-Arts !

Construire ses propres meubles

Plutôt que d'acheter de nouveaux meubles chez un célèbre « menuisier » suédois, pourquoi ne pas les construire soi-même ? Pourquoi ne pas réutiliser des cageots ou des palettes abandonnées. C'est de plus en plus à la mode dans les ateliers. Il suffit de les laver, de les peindre et de les empiler comme bon nous semble.

Créer ses boîtes de rangement

Plutôt que d'aller en magasins acheter des boîtes de rangement, on peut utiliser son imagination avec quelques boîtes de chaussures. Elles sont suffisamment grandes pour y ranger ses carnets, ses crayons, ses pan pastels et en plus on peut toujours les décorer ou les peindre à sa guise.

Pratiquer le recyclage

- *Un drap trop usé peut servir de chiffon à essuyer les pinceaux*
- *Un pot de confiture en verre peut servir de vase à crayons*
- *Une étagère dont on ne se sert plus peut être récupérée pour ranger ses encres acryliques*
- *Une valise qui ne roule plus peut servir de coffre à carnets de dessins*
- *Un vieux châssis nu avec quelques clous peut servir de porte-pinceaux*

Voici plusieurs manières de donner une seconde vie aux objets et aux ustensiles du quotidien. Soyez imaginatif, il en existe des dizaines, voire des centaines d'autres qui n'attendent que d'être mises en lumière.

Créer son papier cadeau

Quand on commande des articles Beaux Arts ou du matériel, on reçoit toujours son paquet dans une boîte en carton remplie de papier kraft.

Ce papier permet aux articles de ne pas se renverser.

Je conserve bien précieusement ce papier. Je l'aplatis, je le roule, je le range. Je le réutilise dès que j'ai besoin de faire un paquet cadeau.

Il m'arrive souvent de le customiser avec quelques taches d'encre de peinture pour lui donner un petit côté arty, une originalité très appréciée.

Tous à vos idées...

De votre côté, je suis certaine que vous avez des idées de récupération pour l'atelier ? N'hésitez pas à me le faire savoir.

Si l'idée me plaît, je l'ajouterai alors lors de la prochaine mise à jour de ce livre.



ANNEXE II

Check-List : vérifier sa stratégie de vente

Les bonnes questions qui font avancer

- ☐ Avez-vous une vision globale de votre activité artistique ?
- ☐ Appartenez-vous à une communauté artistique ou à un réseau d'artistes qui vous apporte soutien et ressources ?
- ☐ Avez-vous fixé des objectifs à court, moyen et long terme ?
- ☐ Avez-vous créé une feuille de route pour atteindre vos objectifs ?
- ☐ Êtes-vous concentré sur les marchés appropriés pour votre Art ?
- ☐ Avez-vous envisagé des moyens de tirer parti de votre activité et de la faire évoluer ?
- ☐ Connaissez-vous bien les modèles commerciaux qui conviennent à votre Art ?
- ☐ Avez-vous une idée claire de votre client cible, votre persona ?
- ☐ Êtes-vous clair sur la façon de partager votre Art avec votre communauté ?
- ☐ Utilisez-vous efficacement les médias sociaux et vos efforts travaillent-ils pour vous ?
- ☐ Publiez-vous des images de qualité pour votre Art ? Ou votre présentation a-t-elle besoin d'aide ?
- ☐ Avez-vous une liste de contacts pour vos newsletters ?
- ☐ Êtes-vous à l'aise dans la rédaction d'e-mails pour vendre votre Art ?
- ☐ Souhaitez-vous établir de relations solides avec vos clients ?

Suite - Les bonnes questions qui font avancer

- ☐ Avez-vous votre propre site web d'artiste ?
- ☐ Avez-vous une boutique en ligne ? (personnelle ou plateforme)
- ☐ Votre page d'accueil comporte-t-elle un en-tête avec le nom de votre activité et un slogan ?
- ☐ Existe-t-il un formulaire d'adhésion / newsletter sur votre site ? Apparaît-il sur votre page d'accueil ?
- ☐ Affichez-vous les prix ?
- ☐ Y a-t-il suffisamment d'informations pour que les visiteurs comprennent ce que vous faites ?
- ☐ Y a-t-il des conditions générales de vente et une politique de confidentialité facilement accessibles ?
- ☐ Vendez-vous votre Art sur d'autres plateformes ?
- ☐ Quels résultats avez-vous obtenus en vendant votre art sur des plateformes sociales ?
- ☐ Compilez-vous une liste de clients et prospects intéressés par votre Art ?
- ☐ Avez-vous un plan d'action pour obtenir des ventes répétées ?
- ☐ Externalisez-vous le travail à d'autres personnes afin de vous concentrer davantage sur votre Art ?

ANNEXE III

Exposer en ligne

Internet a transformé la manière de présenter le travail d'un artiste. Tous les ans, de nombreuses plateformes fleurissent sur le web pour aider les artistes à bénéficier d'une vitrine et ainsi développer leur audience et les ventes.

Mais, dans cette avalanche d'information, de liens, de sites dédiés aux artistes, on ne sait plus comment fixer son choix sur ce qui fonctionne vraiment ?

Nul besoin de s'inscrire sur toutes les plateformes, Amylee liste ses préférences, des valeurs sûres pour réaliser des ventes effectives. A vous de choisir selon vos besoins !

Les incontournables

Instagram.com : plateforme sociale pour montrer son art, développer une communauté, déclencher des opportunités, vendre. L'image et la vidéo sont au cœur de ses fonctionnalités. Instagram est tourné davantage vers un public international et jeune.

YouTube.com : plateforme de vidéos en ligne. Si on est à l'aise avec l'image, le son, le montage vidéo, YouTube est la solution parfaite pour partager du contenu original et ses créations au monde entier. Des artistes YouTubeurs utilisent cette plateforme pour vendre leur art ou sponsoriser leurs créations par des marques mécènes.

Facebook.com : plateforme sociale permettant de créer une page artiste ou une boutique (page professionnelle) pour montrer son art, développer une communauté, déclencher des opportunités, vendre.

Facebook est tourné davantage vers les communautés de proximité, les groupes, l'audience locale ou nationale.



Pinterest.com : plateforme sociale et lieu d'inspiration pour tous les projets artistiques, Pinterest regorge d'idées choisies, d'astuces, de coups de cœur artistiques partagés par les internautes. Il est très utile d'utiliser ce réseau pour montrer son art, orienter le trafic sur son site, développer une communauté, déclencher des opportunités, vendre.

Linkedin.com : réseau social américain à destination des professionnels. Son objectif est de permettre de construire un réseau professionnel qui facilite les contacts et les mises en relation.

Artistes, galeristes, curateurs, journalistes et amateurs d'art se retrouvent sur cette plateforme. Le site existe en français.

Les galeries en ligne

Saatchiart.com : plateforme en ligne d'artistes émergents du monde entier. Œuvres uniques ou en éditions limitées. Tous les mois découvrez les coups de cœur des curateurs de Saatchi.

Kazoart.com : plateforme permettant aux amateurs d'art de découvrir de nouveaux artistes contemporains et d'acheter en ligne des œuvres d'art originales en direct auprès des artistes. KAZoART sélectionne scrupuleusement les artistes présentés sur son site, avec l'aide d'experts du monde de l'art.

Singulart.com : plateforme et galerie d'art en ligne permettant aux collectionneurs et aux amateurs d'art d'acheter des œuvres d'art en toute sécurité auprès d'artistes.

Les marchés "créateurs" en ligne

Etsy.com : marché en ligne pour acheter et vendre des produits faits à la main ou vintage (Art et Artisanat). Son objectif est de créer un lien étroit entre les créateurs et les clients, afin de contribuer à sortir l'économie mondiale de son anonymat, grâce à une communauté de passionnés hyper active.

Les boutiques en ligne

Bigcartel.com : plateforme regroupant des artisans, des créateurs, des musiciens et d'autres artistes. Big Cartel permet de fabriquer sa propre boutique en ligne et de faire fonctionner son affaire très simplement.

L'argent & l'artiste

Society6.com ou **Redbubble.com** : plateformes où des artistes de tout horizon proposent leurs illustrations pour les adapter sur différents supports : objets, affiches, accessoires. Society6 s'occupe des impressions, des envois et un pourcentage est reversé à l'artiste.



Les plateformes de financement participatif

Kickstarter.com : référence n°1 du financement participatif, cette célèbre plateforme américaine de crowdfunding met en avant des projets culturels, des expositions, des festivals et d'autres idées artistiques nécessitant un apport d'argent pour sa réalisation (site en français et anglais).

Ulule.com : plateforme française de crowdfunding permettant de lancer un projet artistique (exposition, édition d'un livre, etc...) grâce au financement d'une multitude de dons effectués par le public, les internautes ou les membres de la communauté d'un artiste.

KissKissBankBank.com : plateforme de financement collaboratif fondée en France qui accompagne les porteurs de projets et les artistes dans leurs initiatives créatives.

Indiegogo.com : plateforme américaine de financement participatif pour aider les artistes et porteurs de projets à rassembler un budget autour d'une idée (site en anglais).

Tipeee.com - *oui 3 e* - ou **patreon.com** : basé sur le principe du pourboire, ces plateformes de financement participatif sont dédiées aux créateurs, aux artistes, aux illustrateurs, aux photographes, aux écrivains, et aux YouTubeurs. Contrairement à Patreon qui affiche un site en anglais, Tipeee est une plateforme française.

Utip.io : plateforme permettant aux artistes, aux créateurs de recevoir le soutien de leur communauté. Les artistes sont alors rémunérés pour leurs créations via des dons, des achats directs ou du visionnage de publicités.

Comment promouvoir et vivre de son art ?



Pour accélérer son parcours d'artiste, l'idéal reste l'échange en direct.

Les cours vidéos et les livres ne sont pas suffisants.

Ensemble lors d'un rendez-vous, il est possible d'aborder différents sujets comme:

Je suis Amylee, une artiste peintre, une artrepreneure, une fille qui adore dessiner, lire, écrire et partager. En parallèle de mes expositions, j'aide les artistes à accélérer leur activité. En leur fournissant les outils, les ressources et toute la motivation nécessaire pour y arriver.

CONNAISSEZ-VOUS LES RDV EN LIGNE ?

- ➔ Cibler votre niche et votre marché cible
- ➔ Booster vos réseaux sociaux et votre site internet
- ➔ Valoriser votre art, votre portfolio, votre artiste
- ➔ Renforcer vos écrits : biographie, démarche artistique, etc
- ➔ Parler technique picturale, graphisme et matériel d'atelier
- ➔ Etablir le prix de vos oeuvres, démarcher les galeries
- ➔ Stratégies, expédition, logistique, gestion du temps
- ➔ De nombreux trucs et astuces que seuls les artistes professionnels connaissent

RDV en direct via vidéo 60 min

Rendez-vous sur amylee.fr

Quelques mots avant de se quitter

J'ai créé l'ouvrage que j'aurais aimé avoir entre les mains lorsque j'ai démarré ma carrière d'artiste peintre :

- ▶ un ouvrage accessible aux plus novices et plus précisément à celles et ceux en recherche de réponses
- ▶ un concentré d'informations essentielles, d'astuces et d'exemples venant d'une Artiste Peintre professionnelle
- ▶ un guide facile à lire et à utiliser
- ▶ des informations enrichies par mon expérience professionnelle et personnelle

Je suis une artiste qui vit de son Art, je suis fière de l'être et mieux encore, je suis tellement chanceuse d'avoir des lecteurs, des collectionneurs et de construire ma réussite en leur compagnie.

Je suis certaine que vous comprenez et partagez ce sentiment.

Si j'ai réussi à vous « vendre » cette idée, désormais, serez-vous un peu plus fiers d'être un artiste qui vend ?

Avant de vous laisser, j'ajouterai une toute dernière chose : les notions livrées dans ces chapitres aident à adopter de bons réflexes et à développer un esprit plus avisé!

Nos routes peuvent ne jamais se croiser mais grâce à ce livre, on peut dire que nous nous sommes rencontrés numériquement parlant.

Je vous souhaite tout le meilleur et une très belle carrière artistique !

Amylee