

EDITION 2020
GUIDE
ARTISTE

AMYLEE.FR LE MAGAZINE DE
L'ARTISTE ENTREPRENEUR



LES EXPOSITIONS *et l'artiste*



- *Salons d'art*
- *Hôtels*
- *Evénements hors galeries*

UN GUIDE
à destination
de l'artiste

Amylee

EDITION NUMERIQUE

Sommaire

1. Artiste régional, national ou international?	6
A. Etre le vent	7
B. Le marché de l'art	7
C. Tout dépend des dé. s à relever	9
2. 14 façons d'exposer ses oeuvres	10
3. Le salon, un RDV artistique	16
A. C'est quoi un salon ?	16
B. L'utilité d'un salon	17
C. Les deux types de salons	17
4. Le rôle du commissaire d'exposition	20
A. Le rôle d'un commissaire d'exposition	20
B. Salon International de l'Art Contemporain	23
5. Les 14 étapes préparatoires	28
A. L'avant-salon	28
B. Au cours du salon	31
C. L'après-salon	34
6. Le stand et l'artiste	36
A. Le stand	36
B. L'attitude de l'Artiste	39
C. Les 3 conseils précieux d'une commissaire	41
7. L'Art dans l'hotellerie	46
A. Du côté de l'hôtel	47

B. Du côté de l'artiste	47
C. Du côté du client	48
8. Les questions à poser à l'organisateur	50
A. Questions sur l'installation	50
B. Questions d'ordre administratif	51
C. Questions sur le déroulement de l'exposition	52
D. Questions sur le soir du vernissage	52
E. Questions sur la communication	52
9. L'utilité du bon de dépôt	54
10. L'utilité du système de fixation	57
11. La hauteur d'accrochage	63
A. Bienvenue dans la Zone Artistique	64
B. Un tableau placé trop haut a plusieurs défauts	65
D. Comment trouver le centre d'un tableau?	66
12. L'accrochage sécurisé	68
13. La boîte à outils	74
A. Comment se constituer une boîte à outils ?	74
B. Exemples de boîte de rangement	75
C. Les outils	75
D. La quincaillerie	76
14. Encadrer une oeuvre ou pas?	78
15. L'encadrement	86
A. Caisse américaine ou cadre américain	87
B. Les modèles	88

C. Les coloris	88
D. Les matériaux	88
E. Les fixations	90
16. La cimaise	91
A. Définition	91
B. Click Rail	93
17. La présentation artistique	96
A. Annoncer un événement	96
B. Des renseignements complets :	97
C. Une impression sur papier	98
D. Une lecture efficace :	99
E. La mise en place	99
18. Le présentoir	101
A. Ma PLV, mon attachée de Presse	101
B. Les avantages du présentoir	102
C. Le plexiglas	103
D. Les formats les plus utilisés	103
E. Les renseignements à indiquer	104
F. Où en trouver ?	105
19. Le cartel	106
20. 7 habitudes après la vente d'une toile	112
Quelques mots avant de se quitter	115

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 mars 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 email à contact@amylee.fr

PRÉSENTATION DE L'AUTEURE



En plus d'être une Artiste peintre professionnelle représentée en galeries d'Art en Angleterre, en Autriche, à New York ainsi qu'à Barcelone, Amylee Paris est 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 cœur de la France.



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

portfolio : amylee.paris

magazine : amylee.fr

@AmyleeParis

sur Instagram Twitter - Facebook

1. Artiste régional, national ou international?

Il est parfois délicat de bien cerner les possibilités d'évolutions de son Art car tout dépend des circonstances, de sa culture, de son expérience, de ses capacités, de ses envies...

Pour avancer dans son parcours artistique, il est néanmoins excitant d'avoir **une ambition professionnelle** (*dans le cas où l'on souhaite se professionnaliser bien évidemment*)

Pour rayonner à un moment donné, tout artiste entrepreneur doit se poser des questions concrètes :

- Quel vent ai-je envie de souffler sur mon art ?
- Quels sont mes points forts et mes points faibles actuellement ?
- De quelle manière puis-je aborder **le marché de l'Art actuel** ?

« The artist is like the wind »



Souffler dans la direction de ses ambitions

A. Etre le vent

« *Il ne faut pas être dans le vent... il faut être le vent* » dit Fabien Olicard, une pensée éclairée qui doit résonner dans tous les choix de notre vie artistique professionnelle.

Quand on est le vent, on peut alors se situer loin des effets de mode, de la pression sociale et des phénomènes qui déclenchent les mêmes comportements.

Etre le vent est une pensée aussi énergétique qu'une barre chocolatée. C'est un concentré de motivation, d'autonomie et de liberté.

Etre son propre vent, c'est ne pas dépendre des autres, ne pas suivre le troupeau. C'est être libre de ses ambitions, de pouvoir changer de direction à tout moment mais surtout d'apprendre de ses cyclones et des forces contraires.

B. Le marché de l'Art

Plusieurs orientations s'offrent à l'artiste :

R – L'approche Régionale

- **Bulle de l'artiste** : rester dans sa zone de confort
- **Attitude mentale positive** : être accessible et ouvert aux rencontres
- **Communication** : profiter de son cercle proche (famille, collègues, amis, voisins)
- **Rayonnement de son art** : dans différents lieux de sa région
- **Engagement de l'artiste** : participer à des événements prudents
- **Mobilité de l'artiste** : à pied, en bus, en voiture
- **Livraison des oeuvres** : l'Artiste lui-même ou La Poste (tout dépend des dimensions des oeuvres et de la disponibilité de l'artiste)

Les expositions & l'Artiste

- **Lieux de représentation de son art** : salons, marchés créateurs, commerces de proximité et galeries locales, hôtels...
- **Réseau social à privilégier** : les contacts personnels, la recommandation, Facebook

N – L'approche Nationale

- **Bulle de l'artiste** : sortir de sa zone de confort
- **Attitude mentale positive** : être actif et savoir profiter des opportunités
- **Communication** : amplifier sa promotion pour toucher plus de monde
- **Engagement de l'artiste** : participer à des événements entreprenants
- **Rayonnement de son art** : dans différentes villes de son pays
- **Mobilité de l'artiste** : voiture, train, avion
- **Livraison des oeuvres** : La Poste ou Transporteur (dépend des dimensions des oeuvres)
- **Lieux de représentation de son Art** : salons nationaux (ex: Siac, Art3F, galeries françaises, hôtels)
- **Réseau social à privilégier** : la recommandation, Facebook, LinkedIn

I – L'approche Internationale

- **Bulle de l'artiste** : sortir de sa zone de confort
- **Attitude mentale positive** : être flexible et ouvert aux autres cultures
- **Communication** : développer une communauté dans une ville étrangère
- **Engagement de l'artiste** : participer à des événements audacieux et parler anglais
- **Rayonnement de son Art** : dans différents pays
- **Mobilité de l'Artiste** : avion
- **Livraison des oeuvres** : transporteur avec ou sans frais de douanes

- **Lieux de représentation de son Art** : salons internationaux (ex: Affordable Art Fair), galeries étrangères, hôtels
- **Réseau social à privilégier** : la recommandation, Instagram, Saatchi

C. Tout dépend des défis à relever

Quand on est le vent, on peut choisir facilement le type de marché correspondant à notre profil d'artiste :

- International,
- National > International ou bien encore
- Régional > National > International (si on préfère procéder par étapes).

Une approche qui influera également sur le prix des oeuvres. L'artiste n'a pas les mêmes frais quand il expose à New York ou au coin de sa rue.

A mes débuts, j'ai opté pour la prudence. J'ai préféré évoluer par paliers en prenant le temps de progresser au fil des années. J'ai démarré en 2008 avec la douce brise du vent régional. En 2011, j'ai augmenté la puissance grâce au vent national. Depuis 2013, l'international souffle sur plusieurs pays.

On n'est jamais aussi bien servi-e que par soi-même. C'est à nous de décider de notre trajectoire artistique sans attendre que d'autres le fassent à notre place...

2. 14 façons d'exposer ses oeuvres

« Comment **faire connaître son travail artistique** ? »

Une demande qui revient souvent dans les e-mails des artistes débutants...

Il n'y a pas de règles pour trouver le **bon plan pour exposer**.

Le bon sens s'impose souvent naturellement, et **vous trouverez bien un endroit** qui accepte d'exposer quelques-unes de vos œuvres pour créer l'événement. Un événement qui vous permettra d'informer la **presse locale** (coup de publicité gratuit), de déplacer vos proches, de rencontrer vos abonnés sur les Réseaux Sociaux... Tout cela dans le but de provoquer des ventes, de faire de belles rencontres professionnelles et de recueillir de nouveaux contacts pour votre « mailing list ».

Pour celles et ceux **en manque d'idées**, voici une liste qui regroupe différentes façons d'exposer :

Exposer en galeries

(Dépôt gratuit, commission sur les ventes)

La **sélection se fait sur dossier** par e-mail, suivie d'un rendez-vous. Il vous sera alors demandé de venir avec un book de vos œuvres disponibles (avec vos prix) + 1 cv artistique.

PETIT CONSEIL : Évitez d'entrer à l'improviste dans une galerie pour montrer votre book. Peu de galeristes sont accueillants dans ces moments-là !

Participer à des concours

(Gratuit ou frais de dossiers)

Le **concours reste une compétition** où un jury élit une ou plusieurs créations artistiques parmi plusieurs présentées. Qu'elle soit d'or ou de bronze, la récompense remportée est **révélatrice de qualité**.

Les concours peuvent être un bon tremplin et une jolie communication est souvent mise en place autour de l'événement. Avec ou sans prix, une façon supplémentaire de faire parler de vous !

Exposer dans des salons d'Art

(Payant, gratuit si vous avez des sponsors, frais partagés si associé à autre artiste exposant)

Les expositions collectives comme les foires d'Art Contemporain, Biennales ou Marchés d'Art Contemporain constituent un bon moyen pour se faire connaître.

La visibilité y est optimale. La fréquentation y est exemplaire. Les visiteurs sont tous des amoureux de l'Art (galeristes, collectionneurs, journalistes) et recherchent tous la perle rare ou le coup de coeur !

Proposer ses oeuvres à un centre culturel

(Gratuit)

Dans votre rue, votre quartier, votre département, les **centres culturels municipaux** possèdent généralement des espaces d'expositions (galerie, salle polyvalente) qu'ils mettent à la disposition des artistes de la région. Pourquoi ne pas en profiter ?

Ambiancer des halls d'hôtels

(Gratuit ou vernissage à vos frais)

Certains hôtels seront très enthousiastes à l'idée d'exposer des œuvres d'artistes émergents ou confirmés.

Des conditions sont tout de même à respecter car les œuvres ne doivent pas offenser les clients internationaux de l'hôtel venant d'autres cultures - à éviter donc les corps nus, les scènes violentes ou signes religieux, par exemple -.

Exposer dans des commerces

(Gratuit ou vernissage à vos frais)

Restaurant, brasserie, salon de coiffure ou boutique fashion, les propriétaires de ces établissements sont souvent à la recherche d'œuvres artistiques pour changer l'ambiance de leur lieu de commerce.

A NOTER

Attention tout de même à **ne pas dévaloriser vos œuvres en exposant n'importe où**. Certains bars ou fast foods ne jouent pas toujours le rôle d'écrin.

Exposer pour des marques

(Gratuit ou rémunéré)

Il est de plus en plus fréquent que des marques s'associent à des artistes pour **créer un événement éphémère**, une soirée, une performance dans l'objectif de lancer une **nouvelle gamme de produits**.

Une collaboration qui permet d'élargir son carnet d'adresses et de provoquer de nouvelles rencontres, de nouveaux projets.

Adhérer à des associations d'artistes

(Gratuit ou partage des frais)

Une association artistique est un groupement de plusieurs artistes volontaires rassemblés autour d'un seul et même projet.

A NOTER

Certaines associations sont très actives et réalisent de belles choses, pour d'autres, l'organisation d'événements n'est pas vraiment leur point fort. Il faudra donc beaucoup vous investir si vous avez des idées et des envies bien précises.

Afficher vos oeuvres sur écran

(Gratuit ou payant)

Un blog, un site web, une application mobile, une vidéo mais aussi un compte Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter ou toutes autres plateformes dédiées aux Arts Plastiques seront d'excellents outils de communication ou réseaux de diffusion.



Photos © fashiony.ru – 123rf.com

Louer vos oeuvres

(Gratuit et/ou rémunéré)

Louer et exposer une œuvre dans une entreprise pour renforcer son image (agence de communication, cabinet médical ou d'avocats, banques...).

L'intérêt de ce système de location réside dans un renouvellement périodique des œuvres, ce qui garantit une originalité permanente à la société qui vous fera confiance, tout en variant les styles.

Montrer vos oeuvres à la TV

(Gratuit)

Certaines émissions TV recherchent des artistes pour décorer leurs plateaux. Cette solution reste toujours une formidable vitrine pour montrer vos créations ! Le plus dur est de trouver le bon contact !

Montrer vos oeuvres dans la Presse

(Gratuit)

L'intérêt des publications Presse c'est qu'elles développent la notoriété d'un artiste : magazines papier, journaux, blogs. Si vous obtenez un article dans un magazine comme Beaux-Arts, L'œil, Elle Déco... Vous allez non seulement créer immédiatement une jolie notoriété, et accroître vos ventes. Plus on a de parutions, mieux c'est, alors n'hésitez pas à les collectionner!

A NOTER

Je ne suis pas fan des publications payantes. Je préfère donc décliner les invitations quand j'en reçois.

Participer à des portes ouvertes d'atelier d'artistes

(Gratuit ou partage des frais)

Lors de portes ouvertes d'ateliers, il est fréquent de voir l'Artiste résident exposer en même temps que ses propres œuvres d'autres créations de confrères.

Collaborer avec d'autres artistes

(Gratuit ou partage des frais)

Ce n'est ni une association, ni un salon, mais juste un **collectif d'Artistes actifs** qui souhaite exposer ensemble pour réaliser un bel événement. C'est pour cela qu'il est important de côtoyer régulièrement d'autres Artistes peintres, plasticiens, photographes pour donner ainsi naissance à ce type d'événement.



On est toujours plus fort en groupe que tout seul, et surtout chaque artiste a des contacts permettant une belle communication autour de l'événement.

Dans toutes les situations qui se présenteront à vous, n'oubliez pas **d'éditer un bon de dépôt** et **d'indiquer si vos toiles sont à vendre** ou pas.

Enfin et surtout, pensez à **laisser vos cartes de visites ou cartes postales avec vos coordonnées** à la disposition du public.

3. Le salon, un RDV artistique

A l'heure actuelle, une manifestation d'art contemporain, de type foire ou salon permet d'offrir une vitrine internationale à des artistes et à des galeristes dans le but de vendre des œuvres.

A. C'est quoi un salon ?

« Le Salon de peinture et de sculpture » appelé de nos jours le Salon (souvent avec une majuscule), désigne depuis 1750 l'« exposition annuelle d'artistes vivants ». Il se tenait dans le «Salon carré du Palais du Louvre», à Paris. On remercie Mazarin et l'Académie des Beaux-Arts pour cette ingénieuse idée !

Devant l'intérêt du public pour l'Art, le concept a pris de l'ampleur ! Si vous vous intéressez un peu au monde de l'Art, vous avez certainement entendu parler du Salon officiel parisien (1881), du Salon des indépendants (1884), du Salon d'Hiver (1897 à 1950), du Salon des Tuileries (1923 à 1962), du Salon des réalités nouvelles (depuis 1946) ou du Salon de la Jeune Peinture/Jeune Création (depuis 1950,) et j'en oublie certainement...

A l'origine, le Salon permettait à des artistes de se regrouper sous une même thématique, d'exposer des œuvres non disponibles à la vente et de les mettre en compétition dans le but de remporter un prix.

Avec les années, l'utilisation du mot Salon a évolué pour prendre plus les caractéristiques d'une foire. Entre artistes, on parle souvent de Salon, de Foire, de Marché ou de Symposium pour désigner la même chose. Les dérives de la langue, je sais, les puristes n'aiment pas ça !

B. L'utilité d'un salon

Rendez-vous du monde de l'Art contemporain, le salon est un lieu de rencontre, entre différents acteurs du marché de l'art, facilitant :

- les échanges artistiques
- l'émergence de jeunes artistes et l'affirmation de personnalités artistiques
- la montée des tendances actuelles de l'art contemporain
- l'évolution des formes et des goûts artistiques
- la location d'espaces d'exposition
- l'accès au public, aux professionnels ou aux deux
- l'autorisation de la vente directe



C. Les deux types de salons

Il existe **2 types de Salons d'Art Contemporain**, ceux dont les candidatures sont réservées **aux galeries** et ceux dont les candidatures sont réservées **aux artistes**. Dans tous les cas, des droits de participation sont exigés (location du stand et du matériel).

Le salon réservé aux galeries

La galerie peut candidater **en proposant une sélection d'artistes qu'elle souhaite exposer** lors de l'évènement.

Chaque salon établit sa propre procédure de sélection. Habituellement un **comité artistique** (composé de galeristes, de directeurs artistiques, de commissaires d'expositions ou de conservateurs) **examine les candidatures** des exposants.

Liste des salons réservés aux candidatures de galeries :

- [FIAC](#)
- [Affordable Art Fair](#)
- [Cutlog](#)
- [Art Paris](#)
- [Drawing Now Paris](#)
- Art Basel (basée à Bâle en Suisse, Hong Kong et Miami)
- Frieze à Londres
- TEFAF à New York et Maastricht

Ci-dessus, liste inspirante à titre d'exemple. Tous les salons ne sont pas mentionnés ici.

Le salon réservé aux artistes

Il existe des salons permettant **aux artistes indépendants de se représenter eux-mêmes**. La plupart du temps, ce sont des “Sociétés” ou des “Associations d'artistes” qui gèrent l'événement. Ils ont vocation de servir d'intermédiaires entre les artistes, leurs œuvres et le public (collectionneurs, galeristes et institutions).

L'artiste s'occupe alors de toutes les démarches d'inscription. Il pourra ainsi exposer une partie de ses réalisations et gérer la composition de son stand. Là aussi, un **comité artistique réceptionne les candidatures et sélectionne** les exposants.

Pour s'informer des conditions de participation, il suffit de se rendre sur les sites Internet des salons proposés.

- [Artistes Français](#)
- Salon d'Automne
- [Mac 2000](#)
- [Salon de Mai](#)
- [Biennale 109](#)
- [Figuration Critique](#)
- [Salon des Artistes Indépendants](#)
- [Comparaisons](#)
- [Salon du Dessin & de la Peinture à l'eau](#)
- [Art3f](#) (foire)
- [GMAC](#) (marché)
- SIAC

Ci-dessus, liste inspirante à titre d'exemple. Tous les salons ne sont pas mentionnés ici.

Envie d'exposer ?

Avant de choisir un salon, je recommande de faire le tri dans ce qui existe, car on y trouve **souvent le pire comme le meilleur, sans aucune sélection**. Pour de nombreux salons d'art, la politique reste « *tu payes, tu participes* ». Et les œuvres présentées sont parfois de niveaux assez faibles, l'organisation peu fiable et la communication absente.

Dans le doute, et pour faire la différence entre les bons et mauvais salons artistiques, mieux vaut se rendre une première fois comme visiteur et échanger avec les artistes sur place pour connaître leur avis.

4. Le rôle du commissaire d'exposition

Aujourd'hui, Eve Genre nous ouvre les portes de son bureau à Marseille, elle nous parle des origines du SIAC, le Salon International de l'Art Contemporain, de son métier de Commissaire d'Exposition et nous livre une interview des plus enrichissantes !



A. Le rôle d'un commissaire d'exposition

Présentation d'Ève Genre

Je suis née à Marseille, il y a 58 ans. J'ai toujours été attirée par la peinture. Je me souviens d'un émerveillement lorsque adolescente, j'avais visité avec mes parents la Chapelle Sixtine à Rome ; les fresques de Michel Ange m'ont marquée à tout jamais. Ce n'est d'ailleurs pas innocent si « les mains » de la Création d'Adam sont devenues l'identité visuelle du SIAC. Mes parents s'étant opposés à ce que je fasse l'Ecole des Beaux Arts, jugeant que ce n'était pas « un travail » convenable, j'ai donc suivi un cursus classique, Bac +2 ans d'études supérieures, tout en continuant à peindre pour mon plaisir avec quelques petites expositions de-ci de-là. J'ai exercé la profession d'Assistante Juridique, ce qui m'a donné le goût de la rigueur dans le travail et le sens de l'organisation administrative.

J'ai fondé en 1995 la Galerie Phocéa (Association loi 1901). Les circonstances de la vie m'ont permis de joindre passion et travail et après avoir démissionné de mon poste, j'ai ouvert un lieu d'exposition en 1998 qui accueillait de nombreuses expositions collectives et personnelles.

J'ai créé en 2001, le Salon International de l'Art Contemporain. Ce salon, qui n'a cessé de se développer, m'accaparait de plus en plus et il devenait difficile de gérer en même temps, les expositions au sein de l'association et le SIAC. Aussi, le lieu d'exposition a été fermé en 2013. J'ai adoré « monter » des expositions, accrocher les œuvres aux cimaises, organiser les vernissages, côtoyer des artistes dont certains sont devenus des ami(e)s. Plusieurs sont « connu(e)s » dans le milieu artistique et d'autres participent au SIAC depuis ses débuts.

Rôle d'un commissaire d'exposition

Je vais, en tout cas, définir le mien ! Je me compare à un artisan d'art qui façonne sa pièce, de la création à la finition jusqu'à la vente. Je fais tout ! Cela commence par la location du lieu d'exposition, du montage du plan du salon, du choix de la communication, etc...

Je m'entoure, bien entendu, de prestataires dont c'est le métier : standiste, graphiste, attachée de presse... En ce qui concerne le choix des artistes exposants, je réunis un Comité de Sélection constitué de professionnels du milieu artistique, de sensibilités différentes, qui veille à la qualité des travaux et à l'éclectisme des œuvres présentées.

Enfin, j'accorde une très grande importance à la relation avec les exposants. Je me dois d'être disponible pour identifier leurs attentes, pour répondre à leurs questions et essayer de résoudre leurs problèmes éventuels.

Un seul interlocuteur. Une seule personne en direct : Eve GENRE.

Les expositions & l'Artiste

D'ailleurs, sur la plaquette d'inscription au SIAC, en 4^e de couverture, je confirme « *mon engagement* » auprès des artistes. Sur le Salon, je suis présente en permanence et je tiens à cette approche conviviale entre les artistes et moi.



L'Energie du métier

Il faut effectivement beaucoup d'énergie pour mener à bien ce type de manifestation qui nécessite une année de travail car je suis seule pour gérer le SIAC. Mais c'est ma façon de travailler... Cela me permet de connaître le salon « sur le bout des doigts » et je peux répondre rapidement à toutes les interrogations des artistes. Point n'est besoin « de staff » pompeux. Il faut de la passion, de la rigueur et beaucoup d'organisation. On m'a souvent dit que « je cocoonais » les artistes. C'est vrai et je prends beaucoup de plaisir à le faire.





B. Salon International de l'Art Contemporain

Le SIAC, Présentation

Créé en 2001, cette manifestation est née de la **rencontre amicale de 3 personnes : un artiste peintre, un sculpteur et moi**. Ces 2 artistes professionnels demeurant dans la région PACA s'étonnaient qu'aucun Salon d'importance ne fût consacré à l'art d'aujourd'hui dans la région marseillaise. Contraints de se déplacer à Paris ou à l'étranger, les artistes ne disposaient d'aucune grande tribune pour aller au-devant du public méditerranéen. Ils m'ont donc demandé d'envisager la création d'un salon.

Gagnant en notoriété, le SIAC est référencé depuis 2017 sur Wikipedia.

♥ *Les Atouts du SIAC* ♥

Ses spécificités qui font la différence avec les autres salons :

La localisation du Salon

En plein cœur de la ville de Marseille au PALAIS DES ÉVÉNEMENTS, dans un quartier résidentiel avec à l'entrée du Parc Chanot : station de métro, plusieurs lignes de bus, stations de taxis, 1 800 places de parking sur site.



Pour les exposants

- Une sélection rigoureuse garantissant un salon de haut niveau de qualité.
- N'exposer et ne mettre en avant QUE des artistes ou leurs agents. **Pas de galerie. Pas d'artisanat d'art.**
- Un stationnement gratuit sur site.
- La possibilité de présenter gratuitement sur le parvis extérieur des sculptures / installations de grande taille.
- Des espaces d'exposition offerts à 2 artistes sélectionnés à l'occasion du « Prix du Public ».
- La VISIBILITÉ DES STANDS EN TOUT POINT DU SALON et quel que soit leur positionnement
- Leurs coordonnées + visuel sur le site internet du salon pendant au minimum 3 ans

Les expositions & l'Artiste

- La moquette dans la TOTALITÉ du salon avec de larges allées de 3 mètres, 3 couleurs de tissus au choix sans frais supplémentaires (blanc, gris ou noir), un éclairage performant depuis 2017 à large spectre de répartition de la lumière, des RÉSERVES COMMUNES et GRATUITES à plusieurs stands pour le stockage des emballages.
- Un dispositif de paiement par CB pour les ventes d'œuvres, un accès WIFI gratuit (zone de couverture spécifique).
- Un ESPACE VIP EXCLUSIVEMENT RÉSERVÉ AUX EXPOSANTS et à leurs clients où l'apéritif est offert 2 fois par jour.
- Réservés aux exposants sur inscription : apéritif dînatoire offert après l'installation, soirée conviviale le dimanche soir sur l'Espace Restauration du salon, petit-déjeuner offert aux exposants le dernier jour du salon à l'occasion de la remise des Prix du Public
- Une liste d'hébergements/hôtels à tarifs négociés.



Espace VIP du SIAC

Pour le public

- Un parcours de visite atypique où TOUS les stands sont vus, sans aucune exception. Avec cet agencement unique, le SIAC offre un **confort optimal de lecture des œuvres** pour le public qui découvre les stands en toute tranquillité et une assurance pour les artistes d'être visibles en tout point du salon.
- Un **Espace Enfant** accueillant gratuitement les enfants qui sont gardés par des personnes qualifiées, permettant aux parents de rencontrer les artistes sans contrainte et en toute liberté.
- Un **vestiaire gratuit** permettant de se délester des effets vestimentaires et objets encombrants (casque de moto par exemple).
- L'implication des visiteurs pour les votes du « **Prix du Public** » à 2 artistes.



Les stands

- Sur une superficie de 3 300 m², les exposants sont en moyenne entre 150 et 170, sur environ 150 stands ; sachant que plusieurs artistes peuvent se partager un stand et que le nombre de stands varie en fonction des surfaces d'exposition réservées. À l'heure de la multiplication de manifestations artistiques, grandes ou modestes, le SIAC souhaite conserver cette **image d'un salon convivial**, à taille humaine et de grande qualité. Cet équilibre ne peut être maintenu que par une ligne de conduite rigoureuse.
- La superficie minimum est de 6 m² et les stands sont en 2 mètres de profondeur. On rajoute donc chaque fois 2 m² pour passer à 8, 10, 12, 14, etc... Les stands peuvent être partagés par plusieurs artistes (2 artistes : peintre et sculpteur sur 8 m² minimum). Stand en cloison bois de 2,50 mètres de haut, habillées de coton ignifugé (3 couleurs au choix) + moquette grise + tige de spots à LED (3 pour 6 m², 4 pour 8 m²...) + consommation électrique + enseigne exposant.
- Il existe des prestations en option : plafond tendu, réserve à l'intérieur du stand, cloison et spots supplémentaires, multiprise, une 2^e page dans le catalogue, location de table/chaises, etc...



5. Les 14 étapes préparatoires

Le salon est un **outil de communication** qui permet de se faire **connaître des artistes, des galeristes, des marchands d'art**, des journalistes spécialisés mais aussi de multiplier les contacts ciblés et de provoquer les rencontres pour de nouveaux projets. Participer à un salon est **un investissement**, il est donc nécessaire de **bien s'organiser pour optimiser sa rentabilité**.

Comment bien préparer un stand et **réussir** son salon professionnel ?

Cet article se propose de faire ressortir les **points essentiels à prévoir** lors des préparatifs: **objectifs, communication et organisation**.

A. L'avant-salon

Le repérage

Avant toute participation, il est toujours très malin de visiter les salons qui vous intéressent. La visite permet d'observer la disposition et la grandeur des stands, la circulation dans les allées, la fréquentation, la sélection d'artistes présentés, la communication autour de l'événement.

MON EXPÉRIENCE

Je n'hésite pas à discuter avec les artistes sur leur stand pour avoir des retours plus détaillés concernant la manifestation, les organisateurs et ainsi me faire une idée plus précise sur l'événement.

Le budget

Préparer un salon nécessite un coût qu'il faut prévoir à l'avance. Dans le budget, il faut compter :

- les frais d'exposition (frais d'inscription avec location du stand, inscription au catalogue des exposants)
- les frais d'aménagement (mobilier, décoration, éclairage)
- les frais de communication (impressions invitations, cartes de visite, échantillons de cadeaux éventuels)
- les frais liés aux œuvres (emballage, transport, assurance)
- les frais de l'exposant (transport, hébergement, nourriture)

MON EXPÉRIENCE

Afin d'être couvert(e), il est utile de se renseigner sur l'assurance souscrite par l'organisateur du salon. Je prends également contact avec mon assureur pour plus de détails.

L'inscription

Les stands proposés sur les salons d'art contemporain ont plusieurs superficies, tout dépend des espaces proposés par l'organisateur et le budget envisagé par l'artiste exposant. Les espaces sont compartimentés et généralement dépourvus de mobilier.

Deux choix de stands s'offrent à l'artiste exposant:

- **Le stand collectif** : les frais sont répartis entre les exposants d'un même stand mais moins de place pour s'installer.
- **Le stand solo** : l'espace d'exposition est plus grand, mais les frais sont entiers.

MON EXPÉRIENCE

Pour un premier salon, le stand collectif est une solution conviviale qui a beaucoup d'avantages. Une stratégie qui permet de partager les frais, de découvrir le milieu des salons artistiques, de se former auprès d'autres artistes, de s'essayer au commerce et de mieux se préparer pour un prochain stand solo.

Les invitations

Le rôle des organisateurs de salon est d'assurer la promotion de la manifestation mais il vaut mieux que l'artiste exposant invite directement ses contacts clients, collectionneurs, marchands d'art, journalistes ou blogueurs spécialisés Arts (envois d'e-mails).

MON EXPÉRIENCE

J'envoie les invitations au moins 4 semaines avant la manifestation afin que les destinataires aient suffisamment de temps pour s'organiser et qu'ils puissent être disponibles le jour J.



B. Au cours du salon

Les supports de communication

L'artiste a le choix : cartes de visites, cartes postales, brochures, communiqués de Presse, artbooks papier, catalogues et autres documents promotionnels doivent être prêts pour le jour J.

MON EXPÉRIENCE

Pour les salons, je privilégie les cartes postales (en libre service) et le artbook papier (un numéro consultable sur place et les autres sont mis en vente, à la disposition du public).

Le stand

Sur un Marché d'Art Contemporain, l'événement se déroule souvent en extérieur ou dans des lieux trop grands pour être suffisamment chauffés. En hiver, pensez donc à être bien équipé(e) en vêtements chauds. Le stand d'intérieur est bien plus apprécié par les artistes, mais aussi par les clients qui peuvent s'attarder plus longtemps devant les œuvres.

MON EXPÉRIENCE

Lors d'expositions, j'amène toujours avec moi un thermos de thé, du miel et de quoi grignoter, un excellent remède pour tous les coups de froid ou les coups de fatigue.

Le mobilier

Renseignez-vous auprès de l'organisateur si du petit mobilier (gratuit ou en location) est prévu : tables, chaises, cimaises, crochets, éclairages. Dans le cas où le stand est nu, demandez s'il est possible d'apporter du petit mobilier (dans certaines manifestations, le stand doit rester vide).

MON EXPÉRIENCE

Table, console étroite et chaise sont à prévoir. Je les dispose bien au fond ou dans un coin du stand afin de laisser libre accès aux œuvres.

L'exposition des œuvres

On ne peut pas tout montrer sur un stand. Évitez donc l'effet « trop plein »! Le stand est une mini-galerie, un showroom qui doit inviter le client à entrer. Ne pas oublier qu'un visiteur ne passe pas plus de 2 secondes à déterminer s'il doit s'arrêter ou non.

MON EXPÉRIENCE

Je veille toujours à optimiser la circulation sur le stand. Pour attirer le regard, je privilégie les grandes œuvres (qui se voient de loin) et les petits œuvres (en stock ou réserve) qui facilitent les achats coup de cœur.

L'accueil

Cela peut sembler évident, mais être accueillant(e), convivial(e) et souriant(e) encourage les visiteurs à entrer sur le stand...

MON EXPÉRIENCE:

Dans ce genre d'événements, je mets de côté l'attitude du « loir en hibernation » complètement recroquevillé et tête baissée sur un smartphone.

L'animation

Pourquoi ne pas animer le stand ? Si vous arrivez à dessiner en public, n'hésitez pas à organiser une démonstration de peinture, une distribution de goodies (badges, autocollants) ou offrir des gourmandises. Tout est susceptible d'étonner les visiteurs. En revanche, renseignez-vous d'abord auprès de l'organisation pour savoir si cela est possible.

MON EXPÉRIENCE

Si le budget vous le permet, une petite distribution de tote bags, sacs en tissu (visuel + nom d'artiste + numéro du stand). Ce cadeau fait-maison a toujours un succès fou. De plus, une fois à l'épaule de la personne, c'est une bonne Communication Visuelle dans tout le salon.

La vente

La plupart des salons d'Art permettent les ventes : **soit directement** sur le stand de l'artiste, soit à l'aide d'un **guichet centralisé** qui possède souvent un TPE pour simplifier les achats par CB.

MON EXPÉRIENCE

Puisque le salon est un événement avec une date limite, pourquoi ne pas proposer une offre spéciale salon ?

Le stock

L'emballage : n'oubliez pas d'être suffisamment fourni en emballages, scotch et papier bulle. Certains salons s'occupent d'emballer les oeuvres après la vente. Un espace emballage est prévu alors dans un coin du salon.

Les œuvres : prévoyez un peu de stock en réserve surtout pour les petites oeuvres. Ce stock vous sera utile pour remplacer les pièces vendues ou permettra d'en montrer davantage si un client est intéressé.

MON EXPÉRIENCE

Des nappes longues sur des tables pliantes deviennent alors de super réserves pour stocker les tableaux et les emballages.

Le cahier de contacts

Pour une bonne rentabilisation, la constitution d'une liste regroupant tous les contacts obtenus durant le salon est **absolument indispensable**. Prévoyez donc le matériel nécessaire!

MON EXPÉRIENCE

Je pense toujours à mettre dans mes affaires un cahier et un stylo accroché à un ruban. Sur la première page j'indique à la main que ce cahier est destiné aux personnes souhaitant recevoir les prochaines actualités de l'artiste.

C. L'après-salon

Ne perdez pas de temps, dès la semaine suivante, il vous faudra penser à :

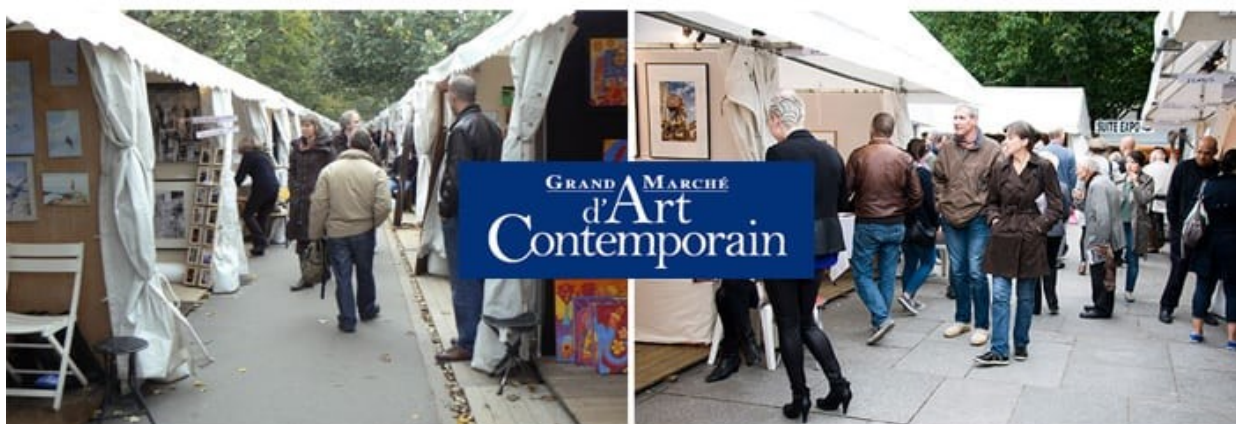
Les expositions & l'Artiste



- Envoyez la documentation demandée par certains contacts.
- Livrez les clients en attente d'œuvres non récupérées sur le stand.
- Remerciez (par e-mailing) les nouveaux contacts de leur passage sur le stand.
- Travaillez sur les commandes effectuées sur le salon.

MON EXPÉRIENCE

Le suivi permet de se donner l'opportunité d'avoir de nouveaux contacts et de fidéliser ses propres clients. C'est également l'occasion de véhiculer l'image d'un artiste réactif et sérieux.



6. Le stand et l'artiste

Je remercie EVE GENRE, commissaire d'exposition du SIAC de Marseille, de partager avec mes lecteurs ces ressources suivantes concernant **le stand et l'artiste**.

A. Le stand

L'objectif d'exposer sur un salon

Le but principal en participant à un salon **est de vendre**, bien sûr, puisqu'il s'agit d'artistes professionnels. Mais pas que : sur un salon à forte notoriété, les œuvres présentées sont la « vitrine » de l'artiste qui peut nouer des contacts professionnels avec les galeries qui viennent à la recherche de nouveaux artistes, avec des architectes ou décorateurs d'intérieur, des éditeurs, des organisateurs de salons et autres manifestations. Bien entendu, il convient d'être vigilant sur les contacts et de bien réfléchir avant de s'engager. Enfin, des commandes peuvent également être prises avec des clients ou des visites directement à leur atelier.

La mise en place des œuvres sur le stand

Un **beau stand** est celui où il n'y a que **PEU** d'œuvres présentées. Le public polarisera son regard vers un centre d'intérêt avec acuité et intérêt plutôt que de se « divertir » sans en garder le moindre souvenir. Le stand doit susciter l'envie de s'y arrêter et donc d'acheter. Les artistes ont tout intérêt à comprendre que sur cet espace, il n'est **pas question de faire un déballage** ! Au contraire, soigner l'unité de l'accrochage, choisir des œuvres qui s'harmonisent et entretenir **une atmosphère raffinée** peut contribuer à retenir le visiteur.

Les tableaux doivent être présentés à hauteur d'yeux. La distance de 10 cm entre chaque tableau est le minimum. L'accrochage doit être effectué en ligne horizontale (alignement par le haut ou pas le bas ou par le milieu) ou en ligne verticale. Très tendance est l'accrochage « en carré ». Il faut des tableaux carrés de même dimension, pas très grands. Vous les accrochez par 4 pour former un « grand carré ».

à faire & à éviter

L'espace d'exposition renvoie l'image de l'artiste. Aucun détail ne doit être négligé. L'ensemble du stand doit être harmonieux et s'intégrer parfaitement avec le style des créations exposées. Un stand attractif est toujours plus impactant !

L'aménagement du stand

Le stand représente un excellent **moyen de communication globale** et un bon **outil de promotion** dans la mesure où il véhicule **une image claire, visible et lisible des œuvres**. Son aspect est donc un élément à travailler pour donner une image dynamique des créations. Il doit se démarquer des autres.

- Les exposants peuvent aménager ou décorer le stand selon leur goût, à condition de ne pas porter préjudice ni à l'esthétique générale ni à celles des stands voisins.
- Ne pas oublier que les stands sont nombreux sur un salon. L'originalité et l'aspect chaleureux suffisent ! C'est pourquoi la décoration et l'atmosphère du lieu d'exposition sont des éléments à étudier avec soins.
- Personnalisez l'espace à peu de frais : tapis, petits mobiliers apportés de son domicile (table, chaises, petits meubles...) ou prêtés par des proches. Pensez à un bouquet de fleurs, une plante verte, une coupe de bonbons...

Les expositions & l'Artiste



Stand Mila – SIAC Marseille



Stand Magali SCHMITZLER, SIAC Marseille

La circulation sur le stand

N'obstruez jamais l'entrée du stand avec une table, et évitez les chevalets qui entravent la circulation à l'intérieur de l'espace.

L'installation des oeuvres

- Préférez l'installation de tableaux les uns derrière les autres, à même le sol afin de remplacer les ventes effectuées.
- Évitez de les aligner en bas des cloisons. Les artistes auront toujours la possibilité de les montrer à un public intéressé.

La sélection des oeuvres

L'erreur la plus fréquente est de vouloir **surcharger le stand** en tableaux ou en sculptures. Il faut **penser « Qualité »** et non « Quantité » !

Ex : 1 tableau par mètre linéaire est idéal.

Mieux vaut présenter **15 pièces maîtresses** que 40 hétéroclites en thème et qualité. Effectuez une solide sélection afin que l'ensemble soit cohérent

Ex : Harmonie des couleurs, des sujets, des matières...

B. L'attitude de l'Artiste

La participation à un salon est toujours fatigante et éprouvante. Il est nécessaire, tous les matins, de se remotiver même si les ventes se font rares. N'oubliez pas que les visiteurs viennent pour vous rencontrer et votre attitude générale va donc influencer sur le public.



Stand Zani – SIAC Marseille

La bonne attitude à adopter

- Une présentation impeccable et soignée.
- Un accueil courtois et souriant même si vous êtes fatigué(e), et même si c'est le dernier jour du salon et que vous n'avez rien vendu. De nombreux artistes réalisent de belles ventes le dernier jour avant la fermeture !
- Laissez le visiteur s'orienter devant les pièces avant de l'accoster.
- Personnalisez le contact. Rendez-le convivial et chaleureux. Dialoguez, créez une relation avec le visiteur. Il aime vous entendre parler de vos créations. Dans tous les cas, il ne sert à rien d'employer des termes trop techniques... il s'agit avant tout de rendre les œuvres accessibles et désirables.
- Présentez votre travail avec des descriptions simples sans être trop technique.

Le mauvais comportement à éviter

- En présence de visiteurs sur le stand : rester assis, manger, lire ou faire des mots croisés. On se lève et on reste accessible et disponible pour le visiteur.
- Etre en position de rabatteur juste à côté du stand. Ne pas aborder les acheteurs dans les allées ou dans les stands d'autres exposants.
- Laisser le stand vide un long moment.



C. Les 3 conseils précieux

Engager la conversation

Si vous constatez que le visiteur s'intéresse à vos créations, engagez alors un dialogue en évitant les questions dont la réponse sera oui ou non.

Ex : ne pas dire « Vous aimez cette œuvre ? » mais plutôt « Quelle œuvre préférez-vous ? » et permettre ainsi d'engager la conversation.



Stand Chantal PARISE, SIAC Marseille

Il faut développer une **véritable relation personnalisée** avec le visiteur. Cela sous-entend que vous allez devoir passer les barrières sociales afin de créer une véritable discussion.

Ex : Quelles sont ses attentes? Un tableau pour décorer sa maison ? Où va-t-il l'installer ? Comment est agencé son intérieur ?

Il faut le faire parler de sa maison ou de son appartement. Je sens que certains vont « hurler »... mais il faut bien se rendre à l'évidence : à notre niveau, la personne qui achète un tableau ou une sculpture, soit elle a le coup de cœur et là, la vente est faite ; soit elle refait son intérieur, sa décoration... et elle a envie de tableaux à accrocher sur ses murs.

N'en déplaisent à certains, cela reste un « acte commercial » et il faut découvrir les besoins et les attentes de votre client potentiel et surtout, ses vraies raisons d'achat et ses motivations. Le visiteur doit arriver à « visualiser » votre œuvre accrochée dans sa pièce.

L'étape suivante sera la conclusion de la vente.

Ex : propositions de paiements échelonnés, remise de 10 % (c'est ce qui se fait), essai à domicile et dans ce cas, la vente est faite à 99 %.



Stand Zani, SIAC Marseille

Construire une liste de contacts

- Pensez à **relever les coordonnées** des personnes intéressées par vos créations afin de compléter votre répertoire de clients potentiels. Si vous précisez que c'est pour une invitation à de prochains salons/expos/vernissages, vous ne devriez pas avoir de refus.
- Achetez un répertoire ou un cahier qui vous suivra lors de toutes vos manifestations. Notez sur la première page le nom du Salon et l'année en cours. Pour chaque contact, notez ensuite les coordonnées de la personne, son email, son adresse postale (si possible). Cela vous permettra de constituer « une base de données » qui s'enrichira au fur et à mesure de vos expositions.

Les expositions & l'Artiste

Ayez le bon réflexe ! S'il vous reste des invitations, souvenez-vous de les donner à un « client potentiel » qui n'arrive pas à se décider afin qu'il puisse facilement revenir avant la fin du salon sans devoir repayer l'entrée.



Toujours optimiser l'après-salon

L'effort ne s'arrête pas une fois le salon achevé. **Les retombées d'un salon ne sont pas immédiates** et sont évaluées dans les 12 mois suivant l'événement.

Il faut donc exploiter dans les 15 jours tous les contacts créés à l'occasion :

- les clients qu'il faut remercier de leur visite (même s'ils n'ont rien acheté sur le stand).
- les prospects « chauds » qu'il faut relancer par une lettre personnalisée à laquelle vous joindrez votre plaquette suivie d'un appel téléphonique
- les « nouveaux clients » qu'il faut remercier chaleureusement par un petit mot.
- Enfin, mettre à jour votre fichier contacts.

Texte rédigé par Ève Genre, Commissaire d'Exposition du SIAC-Marseille

7. L'Art dans l'hôtellerie



L'art envahit l'hôtellerie. As-tu remarqué ?

Défilés d'oeuvres d'art dans les parties communes ou dans les suites, organisations d'expositions dans les salles de réception, résidences d'artistes, happenings, installations éphémères, vernissages, service de conciergerie artistique offert aux clients... Les hôtels sont de plus en plus nombreux à ouvrir leurs portes aux artistes.

Pourquoi de telles initiatives se multiplient ?

Qui en profite ? L'hôtel, l'artiste ou le client ?

Je me suis posée la question. Voici les 3 pistes que je te propose !

A. Du côté de l'hôtel

- être un relais, un laboratoire créatif avec un œil ouvert sur la création
- affirmer sa particularité tout en accueillant régulièrement une programmation culturelle d'hier et d'aujourd'hui (peinture, sculpture, photographie) pour fidéliser la clientèle
- augmenter la stature de l'hôtel en l'inscrivant comme acteur culturel et dynamique en pleine évolution
- offrir de grands et beaux espaces d'expositions pour nouer des partenariats avec des artistes locaux ou internationaux
- s'associer parfois à des musées ou des galeries pour avoir une sélection artistique ciblée et qualitative
- organiser des événements pour inciter le monde à découvrir un artiste et un hôtel
- s'attirer les faveurs de la presse par des sélections artistiques pertinentes et des actualités originales

A NOTER

L'objectif des nouveaux commissaires d'expositions est de maintenir l'hôtel dans un tissu créatif (sans cesse en évolution) afin de rester en phase avec la culture.

B. Du côté de l'artiste

- profiter de l'hôtel comme d'un support promotionnel
- présenter son art à de nouveaux contacts
- provoquer des opportunités et des revenus supplémentaires
- disposer d'un écrin haut de gamme pour étendre son art
- sortir du circuit classique galerie-foire et des réseaux sociaux

- exploiter une source d'exposition supplémentaire pendant plusieurs mois
- disposer d'un showroom ouvert 7/7 jrs et 24/24h facilitant les rendez-vous clients, galeristes, et journalistes.
- booster sa production artistique et la célébrer lors du vernissage
- compléter son curriculum arte par de belles actualités et de nouvelles expériences

A NOTER

Rencontrer un artiste ou faire découvrir un art est un luxe que les grands Hôtels souhaitent offrir à leurs clients.

C. Du côté du client

- pouvoir sélectionner un hôtel inspirant, peu ordinaire
- profiter d'un séjour enrichi d'une expérience artistique dans un nouveau lieu de vie animé
- disposer d'un service client haut de gamme (art conciergerie, programme personnalisé, invitations, etc)
- trouver accessible, moins intimidant l'art exposé hors galerie
- suivre la sélection artistique de l'hôtel sur les réseaux sociaux
- apprécier les événements récurrents proposés par l'hôtel
- rencontrer les artistes et le personnel de l'hôtel lors d'invitations
- profiter d'un séjour, d'un repas, d'une séance de spa, d'un événement privé artistique pour sortir de son quotidien
- investir dans un artiste pendant ou après un vernissage
- témoigner sur la qualité des services et des événements de l'hôtel
- Revenir parce qu'il connaît l'établissement

A NOTER

La culture est une forte motivation de séjour pour la plupart des clients.

Alors, qui en profite?

Dans ce triangle artistique, on peut constater que les trois acteurs (l'hôtel, l'artiste et le client) trouvent finalement un avantage positif à côtoyer "l'art dans l'hôtellerie", créant ainsi un équilibre "vertueux".

"L'art doit aller vers les gens, il doit investir de nouveaux espaces".

Magda Danysz, galeriste française basée à Paris, Shanghai et Londres



Photo : Mateo Fernández

8. Les questions à poser à l'organisateur

Poser des questions à un **rendez-vous pour l'organisation d'une exposition**, est une des clés de la réussite. Encore faut-il qu'elles soient bonnes !

Avec **le stress, et la tonne d'informations que l'on reçoit**, on peut facilement se retrouver sans rien d'intéressant à dire.

Pour remédier au problème, je vous indique **les 20 questions** qui fonctionnent pour tous les événements artistiques (hors galeries).



"Lors de la 1ère rencontre" – Figurines Lego

Types d'expositions : hôtels, restaurants, showrooms privés, commerces...

A. Questions sur l'installation

1. Est-ce que le lieu d'exposition dispose de matériels suffisants pour la mise en place des œuvres (cimaises, chainettes, escabeau) ?
2. Y aura-t-il une personne le jour de l'installation pour aider l'artiste ?
3. Combien de toiles peuvent être exposées ?
4. Quels sont les types d'éclairages dont vous disposez ? Est-il possible de les orienter ?

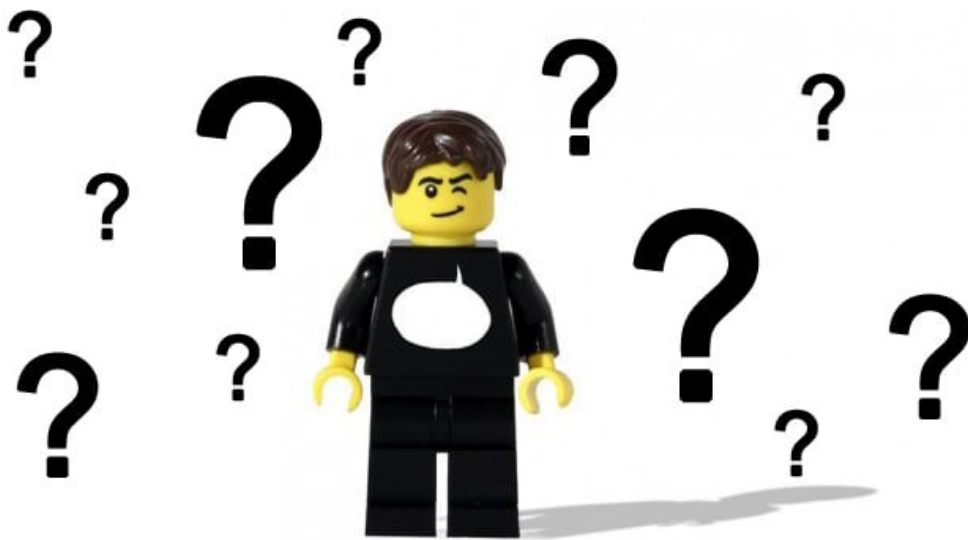
5. Est-il possible de rajouter des cartouches ou cartels au bas des œuvres pour indiquer les informations ?
6. Est-il possible de fixer les cartouches ou cartels sur les murs (avec pâte à fixe) ?
7. Est-il possible de se garer facilement pour pouvoir décharger le jour de l'accrochage?

B. Questions d'ordre administratif

1. Qui prend en charge l'assurance des œuvres ?
2. Qui prend en charge le vernissage ?
3. Qui prend en charge les ventes ?
4. Est-ce qu'une commission est prise sur les ventes ?

BON A SAVOIR

Parfois, le responsable du lieu ne prend aucune commission sur les ventes mais souhaite une œuvre offerte en fin d'exposition.



“Posez les bonnes questions” – Figurine Lego

C. Questions sur le déroulement de l'exposition

1. Quelles sont les heures d'ouvertures du lieu en semaine et les week-ends ?
2. Comment s'appelle la personne chargée de surveiller en journée ?
3. Est-il possible d'organiser des rendez-vous avec des futurs acheteurs qui veulent voir les oeuvres sur place ?

D. Questions sur le soir du vernissage

1. Quelle est la date envisagée pour le vernissage ?
2. Quelles sont les habitudes de la maison pour les vernissages ?
3. Les boissons sont-elles payantes ou gratuites pour les invités ?
4. Quelles sont les préférences de la maison : un vernissage public ou privé (invitation nominative) ?

BON A SAVOIR

Souvent l'établissement ou l'hôtel offre le vernissage aux 30 premières personnes. Pour un salon, la formule est différente. L'artiste est en charge du vernissage s'il souhaite en faire un.

E. Questions sur la communication

1. Est-ce que le lieu d'accueil possède une page internet, une page Facebook, etc ?
2. Le lieu d'accueil va-t-il communiquer sur l'exposition à ses contacts et ses réseaux sociaux ?
3. Qui se charge de la réalisation du carton d'invitation ?
4. Un catalogue des oeuvres exposées sera-t-il publié à cette occasion ?

Cette liste de questions est proposée à titre d'exemple. Inspirez-vous en pour personnaliser votre questionnaire, et l'adapter à chaque situation.

9. L'utilité du bon de dépôt

Une des questions que je pose souvent à des **amis artistes peintres, photographes ou illustrateurs** lorsque l'on en vient à parler d'une **exposition**, est celle-ci :

« Fais-tu signer UN BON DE DÉPÔT lorsque tu installes UNE EXPOSITION ? »

Malheureusement, la réponse est trop souvent la même :

« Non, je n'ai rien fait signer. »

Vous constaterez par vous-même que la réponse n'est pas pas du tout satisfaisante !

Dans le cas où le lieu d'exposition ne vous appartient pas, qu'il est sous la responsabilité d'une autre personne, il est donc très important d'avoir un **reçu**, une **preuve** mentionnant la collaboration entre le déposant (l'artiste) et le dépositaire (responsable du lieu d'exposition).

Le **bon de dépôt** est un justificatif qui permet d'indiquer que des **œuvres ont été installées** chez un dépositaire (hôtel, local, restaurant, centre culturel, boutique, etc...).

Même s'il est entendu que le dépositaire doit faire en sorte que les biens exposés ne se détériorent pas, il est demandé à l'artiste exposant d'assurer ses tableaux, photos, sculptures pendant la durée de l'exposition. Le contrat d'assurance est un document supplémentaire qui doit être fourni en plus du contrat de dépôt.

Dans le cas d'une exposition en galerie

Le galeriste fait généralement signer un bon de dépôt et s'occupe de l'assurance.

BON A SAVOIR

Pour les galeries "loueurs de murs", je vous conseille d'assurer vos oeuvres et de vous munir toujours d'un bon de dépôt.

Citez le déposant (artiste)

Sur une feuille A4, indiquez vos coordonnées complètes (NOM, prénom de l'artiste, adresse, tel/E-mail, site web, etc)

Mentionnez le dépositaire (lieu d'expo)

Indiquez les coordonnées complètes (NOM, Prénom du responsable, Tél/E-mail, etc...)

Indiquez l'événement

Indiquez les coordonnées complètes (nom du lieu, adresse, etc).

Le titre et la durée de l'exposition (date de début et de fin).

Listez les œuvres exposées

Sous forme d'une liste, indiquez la liste des œuvres exposées (titres, formats, prix).

Le prix est à indiquer sur le document. La valeur de l'exposition installée servira dans le cas où les œuvres ne sont pas restituées.

Ne pas oublier de mettre, en bas de page, à la suite de la liste des œuvres exposées, **un encart réservé aux signatures des 2 parties.**

Conditions générales du bon de dépôt

Pour des cas particuliers, il est possible de **rajouter des conditions générales** à la suite du bon de dépôt. Cette annexe, informe sur les conditions mises en place par les 2 parties (déposant et dépositaire) pour le bon déroulement de la collaboration.

Signatures des 2 parties

Le document est à imprimer en 2 exemplaires et à signer. Conservez un exemplaire, donnez le second au dépositaire. .

IMPORTANT

L'édition d'un bon de dépôt n'est ni à oublier, ni à négliger, il vous servira de justificatif en cas de non restitution des oeuvres exposées. Il pourra faire foi aux yeux des services de Police ou de la Justice si besoin. Une fois les œuvres installées, il est conseillé de prendre plusieurs photos. Celles-ci doivent être conservées au même titre que le bon de dépôt.

Ces documents sont la preuve formelle que des oeuvres d'art (sculptures, photographies, tableaux) ont été déposées en un lieu précis, qu'elles vous appartiennent, et que dans un cas particulier, vous n'avez pu les récupérer après l'exposition.

10. L'utilité du système de fixation

Vous venez d'acquérir une œuvre artistique (tableau avec un châssis en bois) et vous vous apprêtez à personnaliser votre nouvel appartement ?

Il vous faut donc **l'accrocher au mur**. Vous retournez la toile, et là, vous constatez que l'œuvre **ne comporte aucun système de fixation**. Quelle frustration, vous étiez tellement pressé(e) de la suspendre....

Vous souhaitez **poser vous même le système de fixation**? La suite vous sera certainement utile...

La petite histoire

C'est fou comme l'absence de fixation au dos d'une oeuvre peut ôter le sourire à certaines personnes. J'ai pu le constater à maintes reprises. Les nouveaux propriétaires de tableaux sont souvent démunis et parfois même "agacés" lorsque la fixation à l'arrière de la toile vient à manquer.

La plupart des gens sont impatientes, ils veulent aller vite et ont peur d'abîmer l'oeuvre qu'ils viennent d'acquérir. Ils ne savent pas comment s'y prendre ou alors n'ont pas la moindre idée du matériel nécessaire pour y arriver.

J'ai donc pris l'habitude d'expédier tous mes tableaux **immédiatement prêts-à-pos****er**. Voici le système d'accrochage que j'utilise fréquemment dans mon atelier. Qu'ils soient destinés aux galeries ou aux clients, tous mes tableaux comportent leur **système d'attache à l'arrière**.

Focus sur les outils



- 1 [pince coupante](#)
- 1 sachet de [pitons](#) à anneaux
- 1 [marteau](#)
- du [Fil de fer en zinc](#) (3 diamètres) existe aussi en [bobine de fil de fer](#)
- Des articles que vous pouvez retrouver chez [Le Géant des Beaux-Arts](#) (magasins, boutique en ligne et application smartphone)

A NOTER

Mieux vaut éviter les agrafes, la [patafix blanche](#), l'adhésif double face, et les punaises qui ne tiennent pas pour **des suspensions prolongées ou de lourds tableaux** (risque de chute pouvant endommager les œuvres ou leur cadre). La ficelle coton, la laine ou la bandelette de tissu : **se détendent et peuvent se rompre avec le poids et le nombre des années.**

La hauteur des points de perçage

A l'arrière du tableau, **placez vos points de perçage dans la partie supérieure du cadre** afin que le tableau prenne une position presque parallèle lorsqu'il sera accroché au mur. Le but étant de réduire l'angle entre le mur et le tableau..

A NOTER

Astuce pour trouver facilement vos points de perçage. L'exemple ci-dessous est illustré avec **un tableau 30x30cm.**

- Divisez votre cadre en 2 : partie supérieure + partie inférieure.
- Divisez ensuite la partie supérieure en 2 pour obtenir l'emplacement des points de perçage.

Pour les tableaux de dimensions bien plus grandes, il vous faudra diviser la partie supérieure en 3 ou 4 parties. Repérez toujours le point le plus haut pour placer vos points de perçage.

Adaptez les attaches

Je préfère les attaches avec **pitons à anneaux**. Ils se fixent parfaitement dans le bois et ont un meilleur maintien dans le temps.

Pour fixer les attaches à l'arrière du tableau, vous aurez besoin :

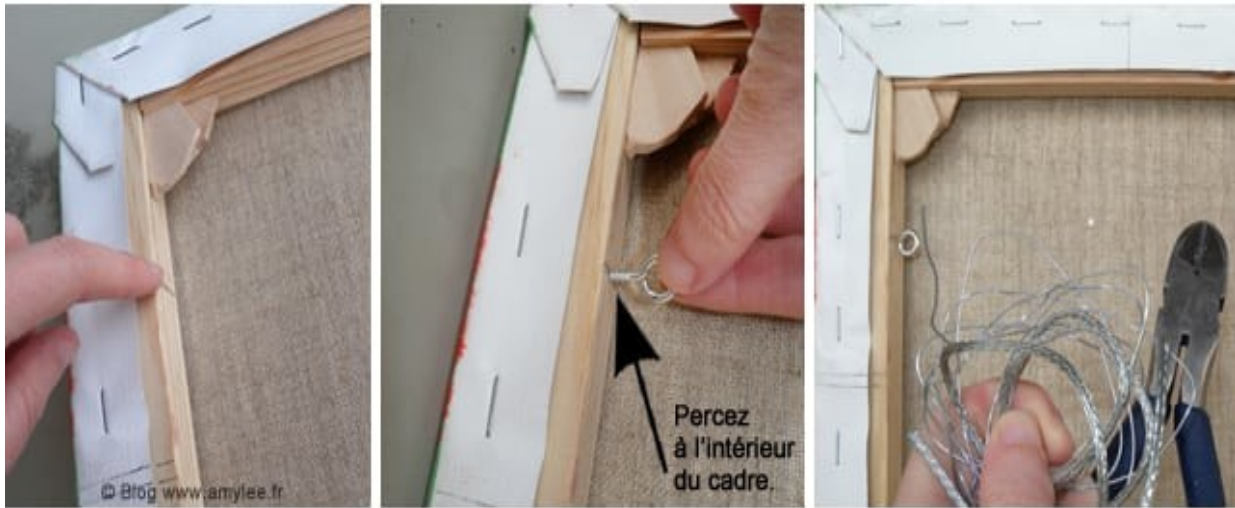


*Les **pitons à anneaux** sont très pratiques. Nul besoin d'un tournevis !*

- **POUR TABLEAU LÉGER:** 2 **pitons** à anneaux diam. 6mm (ou 2 attelles en laiton) + d'une ficelle polypropylène ou d'un **fil d'acier**.
- **POUR TABLEAU LOURD** (dépassant les 5 kg): 2 gros pitons (2 attelles, ou 2 pontets) seront vissés derrière le cadre + un câble (une tresse d'acier, un fil perlon, ou un câble gainé peuvent aussi très bien faire l'affaire) .

Placez et vissez vos pitons **toujours à l'intérieur du montant en bois** (voir photo ci-dessus). Les pitons à anneaux se vissent facilement avec les doigts. Vous pouvez vous aider d'un marteau pour enfoncer la pointe et ensuite tourner l'anneau avec vos doigts pour enfoncer.

N'ayez crainte, durant l'enfoncement de la tige filetée dans le bois, celui-ci ne se fendillera pas.

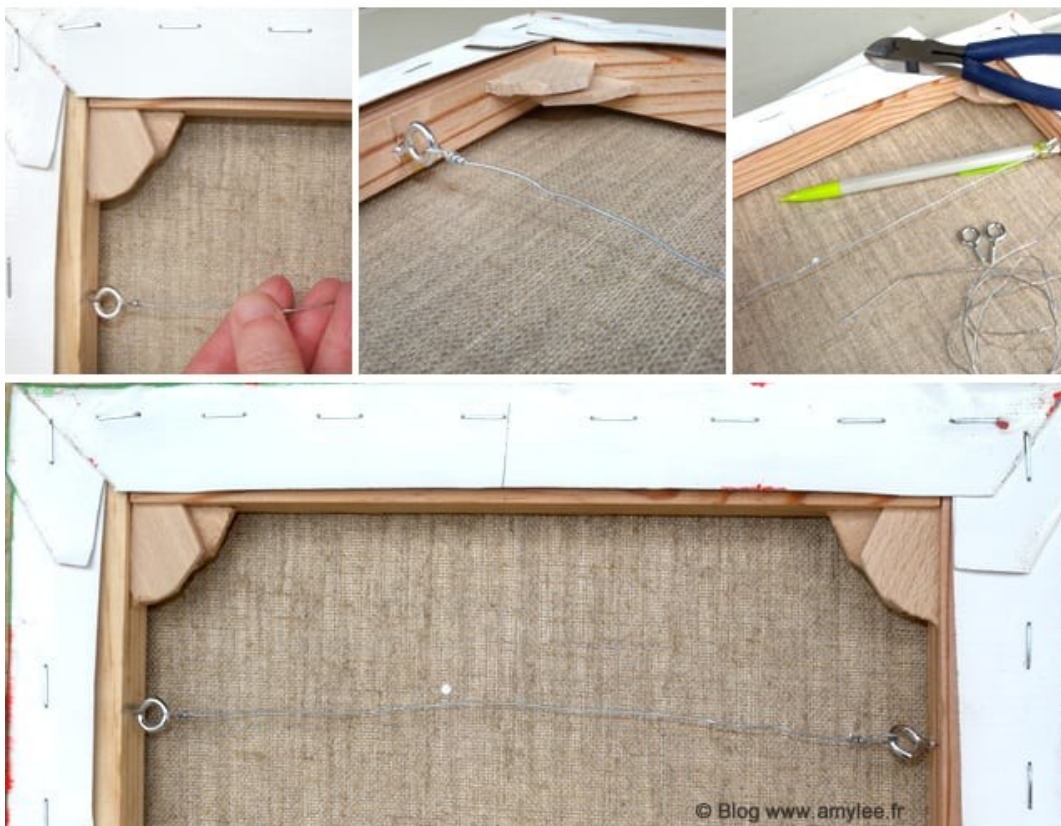


Pourquoi placer les 2 pitons à l'intérieur ?

Le positionnement des pitons est très important :

- **En galerie**, les tableaux sont amenés à être déplacés et stockés les uns contre les autres. Si les fixations viennent à dépasser ou sortir du cadre, elles deviennent alors de redoutables outils tranchants qui peuvent très facilement abîmer la surface d'une autre toile en cas d'appui prolongé.
- **Durant l'expédition**, plusieurs tableaux peuvent être regroupés dans un seul et même paquet. Il vaut mieux alors intégrer une fixation qui ne puisse pas provoquer de dégâts durant le voyage. Évitez donc tous les crochets, les pitons ou les clous dépassant l'arrière du cadre.

Les expositions & l'Artiste



A NOTER : Une fixation simple, utile et sans danger lors du stockage.



Le tableau est enfin terminé. Il peut donc être expédié !

N'oubliez pas de toujours bien adapter le système de fixation selon le poids du tableau !

11. La hauteur d'accrochage

La réponse est bien différente si on suspend un tableau dans un escalier, au-dessus d'un buffet ou d'une commode. Aujourd'hui, je préfère concentrer l'intégralité de cet article à **l'accrochage sur mur droit**. Une situation fréquemment rencontrée dans un **événement artistique** (salon d'art, showroom, stand, salle de réception).

Lors d'**expositions**, je constate souvent que les **artistes non-expérimentés** accrochent leurs tableaux, leurs photos ou leurs illustrations bien trop haut. Comme s'ils avaient peur que le public les touche ou les abîme en passant?! Peut-être qu'ils pensent aussi : *"plus c'est haut, plus c'est sûr"*.

Aujourd'hui, faisons le point pour nous remettre les idées à la "bonne hauteur".



Photo Seth / Unsplash

A. Bienvenue dans la Zone Artistique

Dans un lieu d'exposition, les oeuvres sont disposées de manière à accueillir le regard des visiteurs. L'attirance d'une oeuvre déclenche alors l'approche naturelle du spectateur qui souhaite capturer davantage de détails.

En s'approchant, le spectateur entre alors dans la zone artistique. La même zone qu'utilise l'artiste quand il compose sa création. Une oeuvre s'aperçoit de loin mais s'appréhende mieux de près. (1, 20m voire 3m si le format est monumental).



Photo Clem Onojeghuo / Unsplash

B. Un tableau placé trop haut a plusieurs défauts

- il attire moins le regard
- il procure une situation inconfortable pour le spectateur qui est obligé de plier sa nuque en arrière.
- il déforme la vision et les perspectives (le bas paraît plus gros que le haut). Une déformation encore plus visible quand on regarde à travers l'appareil photo de son téléphone.
- il manque de cohérence visuelle et fait preuve d'amateurisme: *"Plus c'est haut moins c'est pro"*



Photo Gilber Franco / Unsplash

QUELLE SOLUTION ADOPTER ?

Si j'envisage des spectateurs de passage et majoritairement **debouts dans mon lieu d'exposition**, j'accroche alors mes tableaux en veillant que leurs centres soient placés entre 1,50 et 1,60m du sol. Les galeries d'art, les musées, les fondations privilégient cette hauteur moyenne pour tous leurs accrochages.

A NOTER

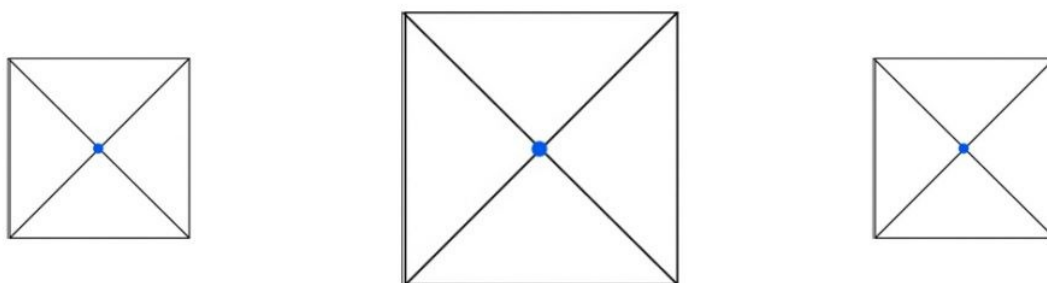
Si ce lieu d'expo comporte des espaces pour s'asseoir ou discuter, il faudra alors revoir la hauteur d'accrochage en laissant 15 à 30cm au dessus du dossier des fauteuils ou des canapés. La raison est toute simple. On évite ainsi de toucher le bas du tableau avec l'arrière de la tête (en position assise).



Photo Deanna J. / Unsplash

D. Comment trouver le centre d'un tableau?

Visualiser 2 diagonales partant d'un coin à l'autre du tableau. Le croisement de ces 2 diagonales est un très bon repère pour vérifier le centre d'un tableau.



12. L'accrochage sécurisé

J'aime exposer mes oeuvres.

En plus de les présenter en galeries, il m'arrive très souvent d'installer des tableaux dans des lieux accueillant du public (hôtel, salle de réception, boutique concept store). Des espaces où la surveillance est bien moins optimale qu'en galerie.

Avec les années et les événements répétés dans des lieux atypiques, j'en suis venue à adopter des réflexes et des habitudes pour optimiser l'accrochage de mes œuvres et dissuader le vol.

PLUS C'EST PETIT, PLUS C'EST TENTANT

Lors des expositions "Hors galerie", j'ai remarqué que les toiles de dimensions assez réduites comme les 20x20cm au 50x50cm étaient sujettes aux tentations d'esprits mal intentionnés.

Face à l'inattention du personnel de surveillance, ces petites toiles peuvent se glisser facilement dans un sac shopping en un tour de main.

Pour contrer ce type de problème, j'ai mis en place un système d'accrochage plus dissuasif !

LE MATERIEL NECESSAIRE :

- 1 rouleau de fil de fer (fin et résistant)
- 1 pince coupante
- 1 sachet de pitons à anneau
- 1 toile à suspendre (30x30cm)
- 1 mur avec un clou déjà mis en place



OPTIONNEL : 2 ou 3 grelots en laiton

LA RECETTE DE LA DOUBLE FIXATION

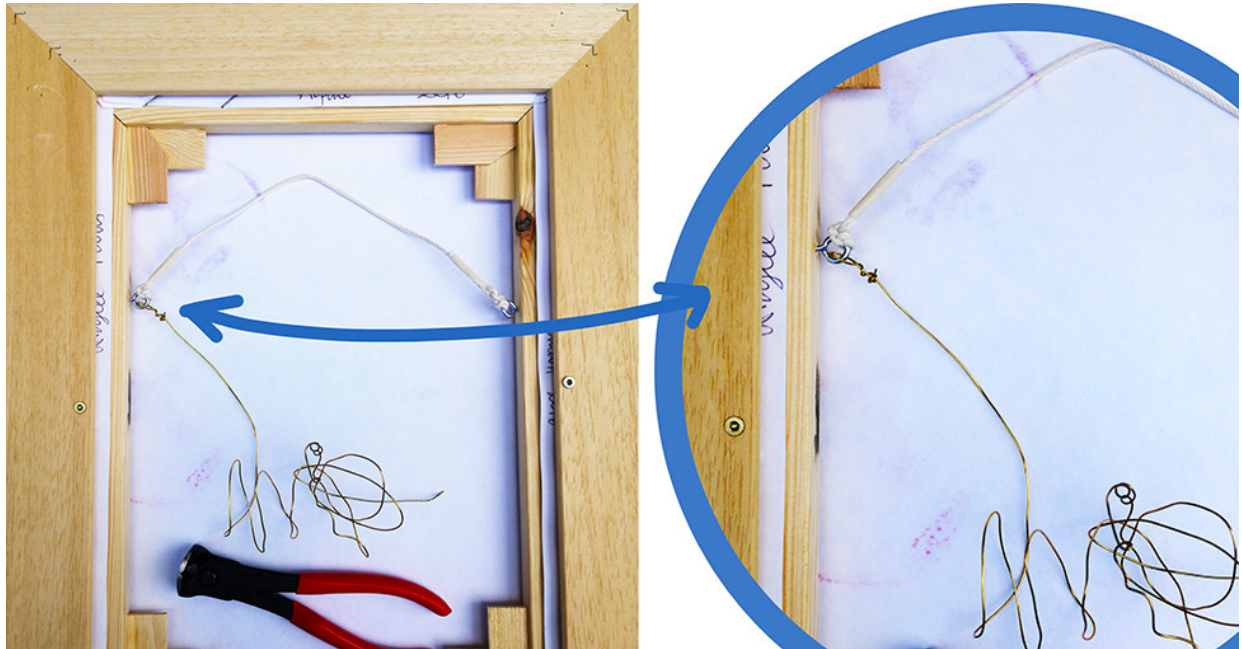
Tout d'abord, j'ajoute le système de fixation à l'arrière de mon tableau (image 1).

Voir article sur comment [préparer l'arrière d'un tableau, ici](#)

- A l'aide d'une pince coupante, je coupe environ 90 cm de fil de fer.
- Je glisse ensuite l'un des bouts du fil de fer dans l'anneau d'un des 2 pitons (me servant à suspendre l'oeuvre) puis je fais une boucle avec le fil de fer que je serre fermement.



Les expositions & l'Artiste



- L'autre bout de fil de fer va s'accrocher au mur.
- Je viens alors entourer mon bout n°2 de fil de fer autour du corps de la visse sortant du mur. Je serre très fortement. La tête de la visse doit empêcher le fil de glisser.



Et voilà, maintenant je peux suspendre ma toile au mur. J'en profite pour cacher soigneusement le fil de fer derrière l'oeuvre.



Pour emporter la toile rapidement, il faudra soit posséder une pince coupante soit tirer très fort pour arracher le clou ou la visse du mur.

BON A SAVOIR

Si je ne dispose pas d'un mur, mais d'un chevalet d'exposition pour installer mon tableau, l'étape 6 sera légèrement différente car le bout du fil de fer n°2 viendra s'entourer à un montant du chevalet.

MON ASTUCE SONORE

Dans certains espaces d'expositions, il m'est arrivé d'ajouter au fil de fer 2 ou 3 grelots avant de fixer l'ensemble.

Une astuce bruyante qui annule toute discrétion (et attire les regards) lorsqu'on en vient à décrocher rapidement l'oeuvre de son emplacement.

IMPORTANT

Ce système d'accrochage est une **technique de dissuasion** en aucun cas je ne peux garantir à 100% l'absence de vol.

13. La boîte à outils

Félicitations, vous venez de recevoir **une proposition d'exposition** : un hôtel, une boutique créateur, un restaurant, un commerce, etc.

Vos œuvres sont prêtes. Il n'y a plus qu'à les mettre en place dans la salle.

Lorsqu'on expose **hors galerie**, il est nécessaire de **poser plusieurs bonnes questions**, et celle sur la **mise en place des œuvres** en fait partie.

- Qui va se charger de la mise en place ?
- Quel est le matériel mis à disposition (cimaïses, escabeau, etc) ?

Dans 80% des cas, l'installation est à votre charge même si parfois des systèmes de fixations sont déjà présents dans le nouveau lieu d'exposition.

L'article qui suit, va donc vous aider **à regrouper les outils** à avoir sous la main lors d'une installation.

A. Comment se constituer une boîte à outils ?

Novice ou confirmé, à un moment donné on est tous confrontés à devoir retrousser les manches et se transformer en **petit bricoleur**.

Par conséquent, la première étape est de choisir **de bons outils qui vous seront indispensables pour les travaux courants**.

Voici quelques incontournables à mettre dans **votre caisse à outils** pour avoir un matériel digne du **parfait artiste-bricoleur** !



– 3 versions de boîtes à outils –

1/ [boîte de rangement](#)- 2/ coffret en bois – 3/ [musette textile](#)

B. Exemples de boîte de rangement

- Compacte : [boîte PVC](#)
- Naturelle : coffret en bois
- Légère : [musette textile](#)
- Multifonctions : Trolley à roulettes

C. Les outils

- 1 [marteau](#)
- 1 tournevis pour les opérations courantes de vissage et de dévissage
- 1 pince (coupante, de serrage, etc)
- 1 perceuse sans fil (déjà chargée), pour percer des trous, visser, dévisser.
- 1 clef à molette universelle
- 1 niveau à bulle
- 1 mètre
- 1 cutter, ciseaux
- 1 [agrafeuse et sa recharge](#)



D. La quincaillerie

- Chaînettes métalliques, [cordon perlon](#) d'1,50m (en prévoir plusieurs)
- 1 [bobine de fil de fer](#)
- 1 bobine de ficelle
- des clous, des [vis](#)
- des crochets
- des [pitons](#)
- 1 boîte de [punaises](#)
- 1 rouleau de scotch [double face](#) et [gros rouleau de scotch brun](#)
- 1 tablette de [patafix blanche](#)
- 1 [tube de colle](#)
- 1 [stylo 4 couleurs](#), [critérium](#), feutre noir

Et toujours un peu de peinture et 2 ou 3 [pinceaux](#). Des petits [tubes de peinture acrylique](#) (3 primaires + noir et blanc) pour les petits accrocs de dernières minutes.



Les expositions & l'Artiste

Ne cherchez pas à faire de petites économies et choisissez des outils de bonne qualité. Si vous êtes débutant, choisissez la qualité intermédiaire. Vous aurez tout le loisir plus tard d'investir dans des produits de qualité professionnelle.

BON A SAVOIR

Lors d'événements artistiques en groupe, j'ai pu constater que les artistes peintres novices n'étaient jamais réellement bien équipés. Ils se déplacent souvent avec le strict minimum.

L'anticipation et l'organisation sont des signes de **professionnalisme**.

Cette liste d'outils est donnée à titre d'exemple. Inspirez-vous en pour personnaliser votre boîte de rangement et l'adapter à chaque situation

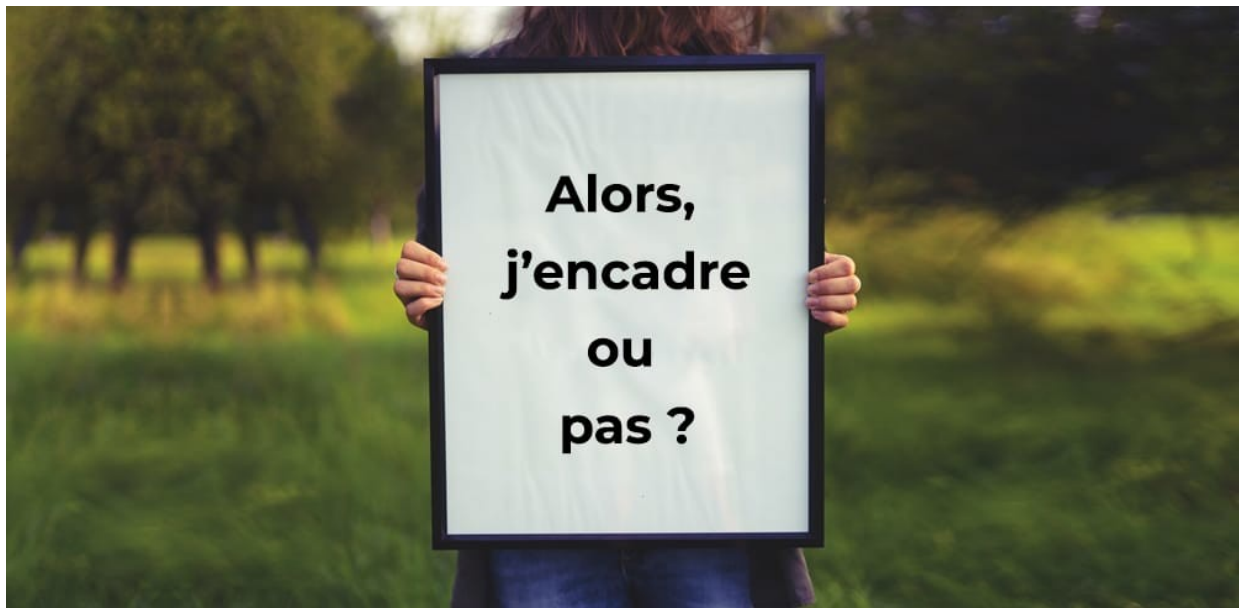
Et voici, ma boîte à outils !



14. Encadrer une oeuvre ou pas?

Encadrer ou non une oeuvre d'art ? Vous vous posez la question ? Bienvenue au club!

Je vous rassure, la question est souvent posée lors de mes rendez-vous conseil. J'espère que vous trouverez des réponses dans l'article suivant.



Aux origines de l'encadrement

Encadrer ou non, est avant tout une affaire de goût mais dépend surtout de la nature de la création et de l'environnement dans lequel elle va être installée.

Autrefois, on peignait exclusivement à l'huile sur bois ou sur toile. Il existait alors des encadrements d'atelier (non définitifs) et des encadrements d'apparats pour les expositions publiques.

A l'origine, on utilisait l'encadrement pour plusieurs raisons :

Les expositions & l'Artiste

- Permettre la prise de l'œuvre sans se salir pendant les phases de séchages à l'atelier
- Faciliter les déplacements de l'œuvre en protégeant les coins d'éventuels chocs
- Donner l'illusion d'une fenêtre ouverte sur un autre monde
- Maintenir les châssis qui peuvent se voiler avec le temps
- Orner l'œuvre pour la magnifier



Photo : Chance Anderson / Unsplash

Encadrez-vous vos œuvres pour les expositions ?

Paroles d'artistes :

Ceux qui n'aiment pas...

- *Non, je n'encadre pas, cela augmente le prix*
- *L'encadrement est fragile, il n'aime pas les déplacements, les rayures et les chocs*
- *L'œuvre semble étouffée par un cadre trop présent*
- *Je préfère les œuvres libres*
- *Je laisse le soin au galeriste ou au client de le faire*

Ceux qui aiment...

- *L'œuvre est davantage valorisée par l'encadrement*
- *Ça permet une meilleure conservation du tableau en évitant les déformations du châssis*
- *Je prévois un budget encadrement pour mes expositions internationales*
- *Lors d'une exposition collective, si j'ai peu d'œuvres exposées, je préfère les encadrer*
- *Cela dépend du nombre d'œuvres que j'expose sinon j'encadre uniquement les petits formats*
- *Ça en jette davantage sur les salons*
- *Ça fait plus professionnel*
- *Ça donne une toute autre allure à l'œuvre*

Les oeuvres avec encadrement

Les œuvres vulnérables sur papier (photos, dessins, gravures, aquarelles) nécessitent un encadrement vitré pour résister à l'humidité, la chaleur, la poussière, et aux salissures. Ces créations sont généralement accompagnées d'un « passe-partout ». Un carton glissé entre l'œuvre et le cadre qui évite le contact du verre.

Les oeuvres sans encadrement

Avec l'arrivée de la peinture acrylique à séchage rapide, le besoin d'encadrement se fait moins sentir chez les artistes. Ils trouvent souvent inutile l'ajout d'un cadre, et préfèrent exposer les œuvres affranchies de toutes contraintes et de traditions.

Petit à petit les habitudes évoluent et les tranches des toiles se chargent de couleurs pour une finition optimale. Il existe d'ailleurs des formats de châssis, les 3 D box qui se prêtent bien au tableau nu. Leurs côtés épais (4 cm), non cloutés, une fois peints donnent de l'épaisseur à l'œuvre.

Dans quelle situation encadrer ou non ?

L'exposition locale

On constate que les encadrements ont peu leur place dans les expositions collectives locales comme des petits marchés créateurs, des expositions dans des hôtels, ou dans d'autres lieux atypiques accueillant des artistes. Néanmoins, certaines galeries haut de gamme préfèrent se démarquer en encadrant leurs œuvres, surtout les pièces majeures pour conserver une belle gamme de prix auprès de leur clientèle.

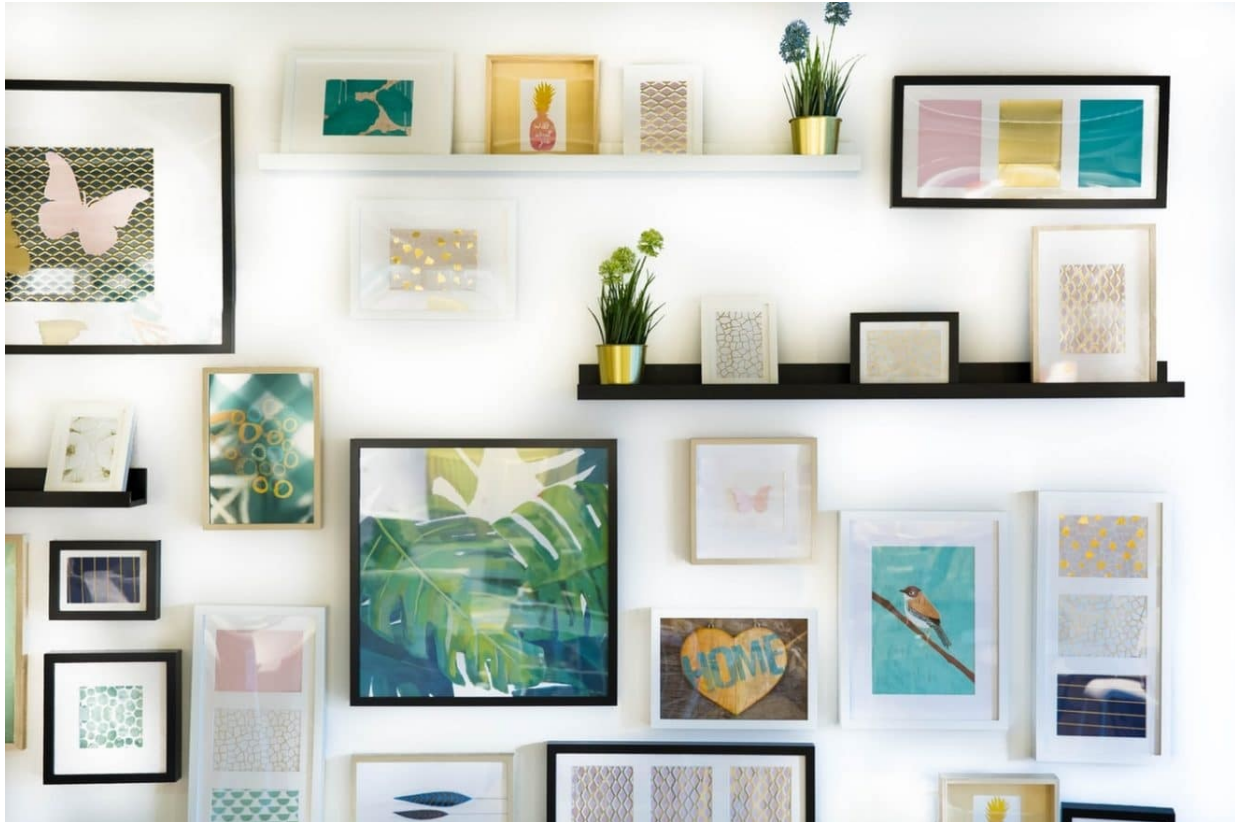


Photo : Jonny Caspari / Unsplash

L'exposition nationale ou internationale

Au Royaume-Uni ou aux États-Unis, il est courant de voir en galeries ou sur les salons/foires des œuvres encadrées. L'encadrement est souvent à la charge du galeriste. Les clients étrangers sont plus regardants et préfèrent investir dans des œuvres encadrées prêtes à être accrochées. Pour les œuvres non encadrées, les négociations seront plus difficiles car le client sera bien plus demandeur !

Les 6 types d'encadrement

L'encadrement droit

Sobre, en bois naturel, peint ou doré, proposé également en aluminium ou en plastique, l'encadrement droit protège discrètement l'œuvre des agressions extérieures.



Photo : Amylee Paris / Salon d'art

L'encadrement à moulure

Stylisée et avec davantage de reliefs, les cadres baroques reviennent en force sur les foires et les salons d'artistes. On apprécie le mélange rétro et moderne même chez les artistes pop, street, ou abstraits. Contrairement aux idées reçues, les dorures ne sont pas adaptées qu'aux peintures anciennes ou classiques.

La toile posée

L'œuvre est directement fixée sur un support bois (peint ou non) ou un support plexiglas. Ce dernier doit être plus grand que la toile et dépasser légèrement sur les côtés. C'est la solution la moins onéreuse.

La caisse américaine

La caisse américaine est un cadre inversé qui laisse la toile apparente sur les côtés. L'espace entre l'encadrement et le bord de la toile permet de voir l'œuvre dans sa globalité. D'un coût très abordable, la caisse américaine est souvent le choix des expositions sur stands.



BRASS GOLD



WHITE



MIRROR



BLACK



BLACK OAK



NATURAL OAK



L'encadrement fait-maison

Maintenant avec le « Do it Yourself », il est possible de fabriquer un encadrement avec l'aide de bricoleurs passionnés qui partagent leur savoir-faire sur Internet. Si vous avez du matériel et des mains de bricoleur, vous pouvez alors réaliser un cadre selon vos besoins. N'oubliez pas que si l'œuvre est destinée à la vente, son cadre devra durer longtemps. Un cadre bien réalisé est d'ailleurs une valeur ajoutée et fera toute la différence lors de la négociation.

L'encadrement sur-mesure

Si vous ne vous sentez pas une âme d'encadreur, vous avez toujours la possibilité de confier la tâche à un professionnel. En plus de ses compétences techniques, son expertise lui permet d'évaluer rapidement les problématiques esthétiques et les choix cohérents de l'œuvre et de son contexte.

Le prix varie selon le modèle, la qualité du matériau et la dimension de l'encadrement. Un délai est toutefois à prévoir pour du résistant, du beau, voire même une pièce unique correspondant à ses attentes.

15. L'encadrement

Dans les musées ou les salons, les tableaux exposés ont souvent un **point commun**... Regardez bien, leur **cadre** masque souvent jusqu'à 1cm des bords de l'œuvre ! C'est dommage de ne pouvoir savourer **le tableau dans son ensemble**, vous ne pensez pas ?

Il y a 3 ou 4 ans, un galeriste m'a vanté les mérites d'un cadre : **la CAISSE AMERICAINE**.

C'est vrai, il est de plus en plus fréquent de voir en galeries ou à des expositions collectives ou encore sur des salons d'Art Contemporain ce type d'**encadrement** revenir.

Intéressée de plus en plus par **l'habillage d'exposition** pour mes tableaux, j'ai donc testé.



A. Caisse américaine ou cadre américain

Encadrement spécialement conçu pour les **œuvres picturales montées sur châssis bois** ou sur **panneaux**. A la différence des encadrements de type “classiques” qui s'apposent devant l'œuvre, la **caisse américaine** s'installe **par derrière**. Légèrement plus grande que le tableau, les bords entourent alors la composition sans la toucher. La toile semble alors flotter. Un bel effet d'ombre et de lumière mettent en relief l'encadrement qui a pour **principale qualité** de se montrer **discret** et de s'intégrer plus facilement à tous types d'intérieurs.



B. Les modèles

Différents modèles de **CAISSES AMERICAINES** existent pour les châssis entoîlés standards ou les châssis 3D

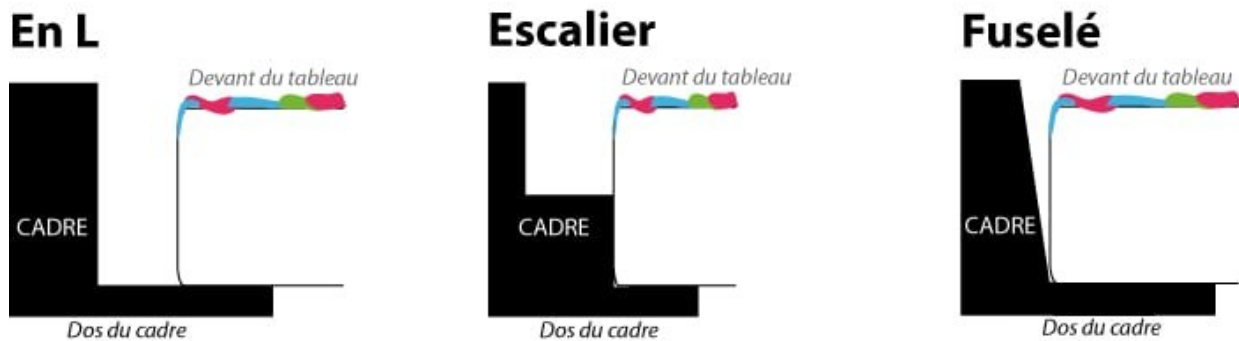


Schéma – Profils Caisses Américaines

- Caisse américaine **escalier**
- Caisse américaine **en L**
- Caisse américaine **fuselé**
- Caisse américaine **avec moulure**

C. Les coloris

Noir, blanc, bois naturel (appelé aussi encadrement Atelier), **bicolore** ou coloris sur-mesure.

D. Les matériaux

En boutique, le **bois reste le plus fréquent** mais il existe des caisses américaines en aluminium. J'en ai même vu en plastique et de superbes en plexiglas (certainement du sur-mesure).

Les expositions & l'Artiste

A NOTER

Pour les œuvres sur papier (photos, aquarelles, dessins, etc) la caisse américaine n'est pas vraiment recommandée car ce type de créations nécessite **un encadrement** avec un **fond rigide**.



Caisses en L (bicolore ou bois naturel)



E. Les fixations

La **tournette de fixation**, qui se place au dos du châssis de la toile, vous sera très utile pour maintenir le tout (tableau + caisse américaine). Un prochain article sera publié pour en expliquer le positionnement.



16. La cimaise

On dirait presque un titre d'une fable de Jean De La Fontaine : *la cimaise et le tableau*. Ça sonne bien, je trouve ! C'est normal, le tableau ne peut être exposé sans sa cimaise. (Je vous l'accorde sur un salon on utilisera directement le clou). Cependant, le sujet sur la cimaise à toute sa place dans ce livre.

A. Définition

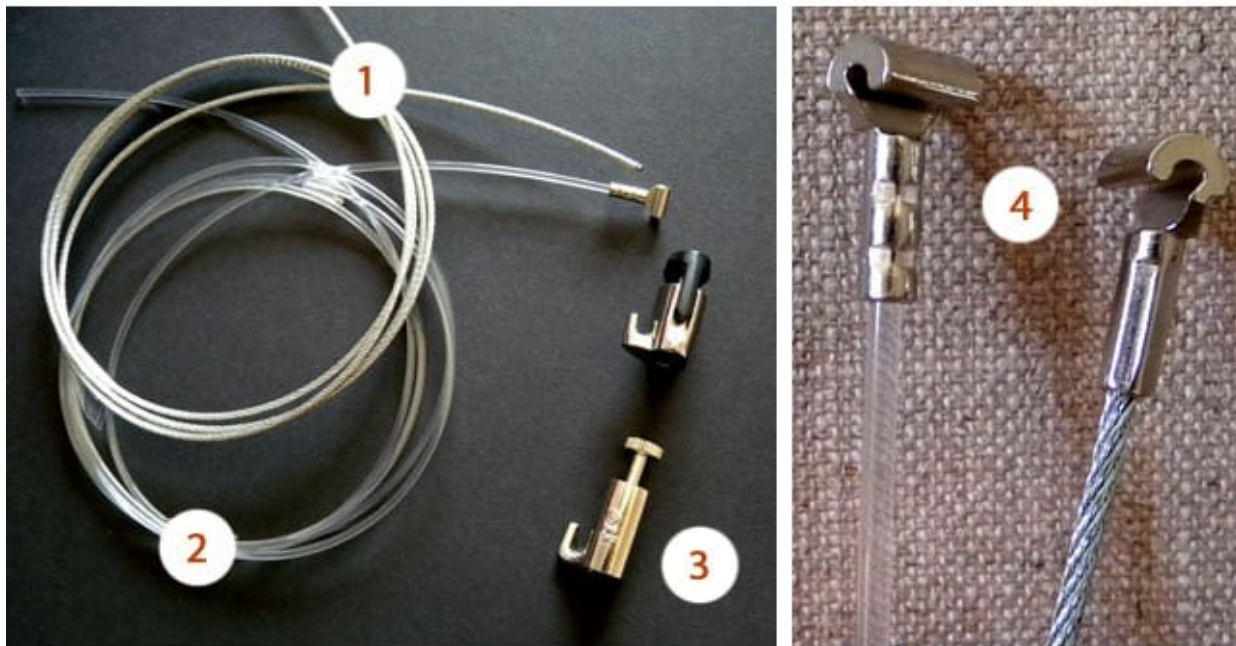
Par définition, **la cimaise à tableaux** est une moulure se positionnant le long du plafond. Son profil permet d'y apposer des crochets pour suspendre des tableaux, des cadres ou des miroirs sans perforer le mur de trous disgracieux.

Généralement la cimaise ceinture toute une pièce afin d'être plus discrète. Cependant certaines personnes préfèrent fixer des petits modules. Attention à l'effet provoqué qui peut parfois alourdir les volumes d'une pièce..

Le saviez-vous ? Chez les galeristes, on appelle « cimaise » les murs d'une galerie. Les expressions "*Avoir les honneurs de la cimaise*", "*habiller les cimaises*", "*garnir les cimaises*" ont pour signification Exposer.

Kit de la parfaite cimaise :

Un kit d'accrochage qui se compose d'un rail (+ vis de fixation), d'un câble et d'un crochet.



*Cimaïses (1) câble acier (150cm) – (2) fils perlon (150cm)
(3) crochets autobloquant – (4) crochet rail*

Plusieurs styles sont disponible à la vente :

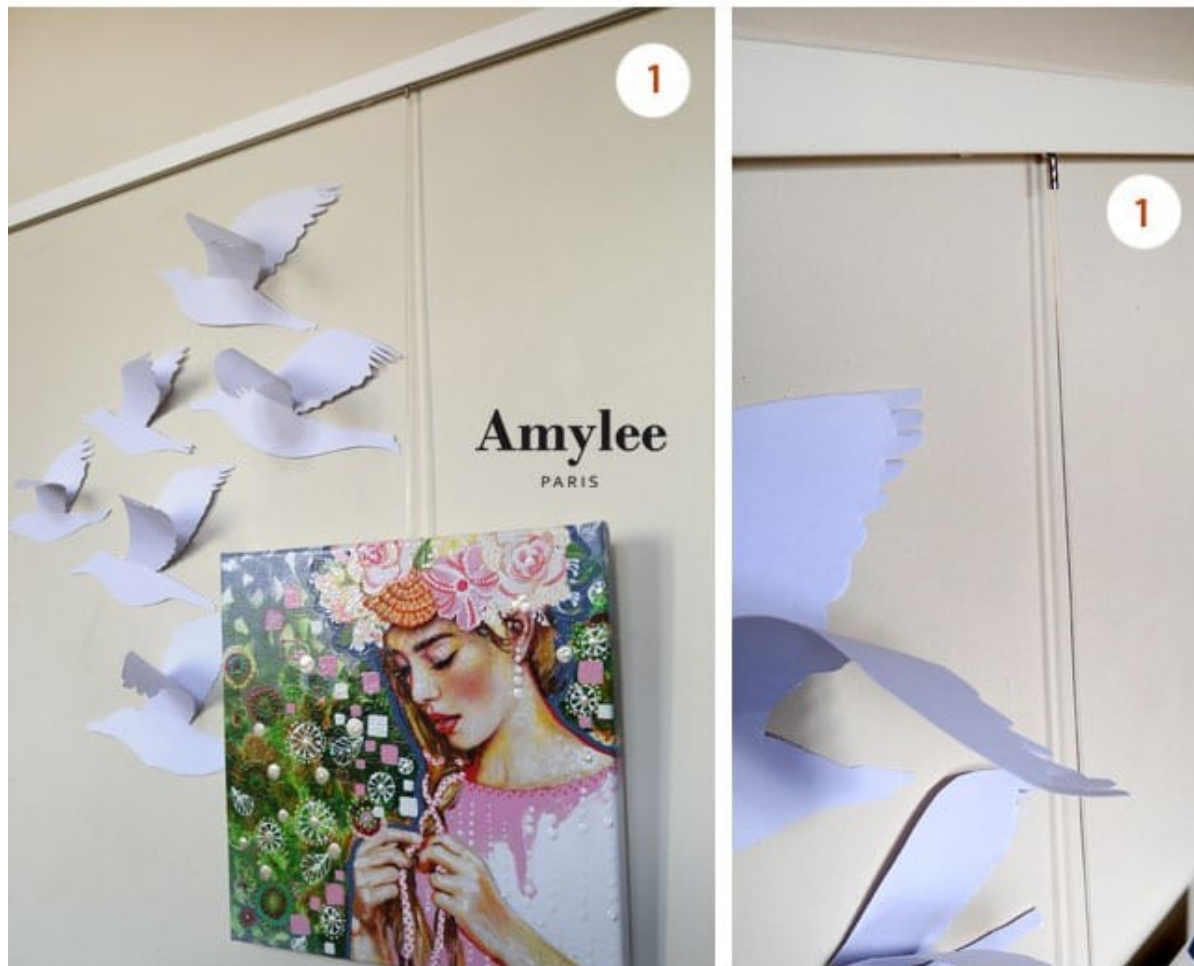
[cimaïses classiques](#)

[à click](#)

pour [plafond](#)

[combi avec éclairage](#)

[décorative](#), etc.



Cimaïse rail blanc, module d'1m + fils perlon (150cm)

B. Click Rail

La [cimaïse Click Rail](#) est très pratique et passe partout. L'avantage de ce principe est qu'il rend les fixations des rails invisibles. D'un design très épuré, la Click Rail prend un minimum de place pour se rendre discrète.

Les expositions & l'Artiste

Les tableaux sont suspendus grâce à des fils perlon transparents ou à des câbles d'acier montés de crochets (autobloquant ou à vis).

Disponible également en blanc, en argent, ou en version brute qui permet de peindre le rail aux couleurs de vos murs.

En résumé



Cimaïse rail argent, module d'1m + câble acier (150cm)

Installation : rapide et facile. En 3 manipulations mes tableaux étaient accrochés.
Possibilité de fixer un éclairage sur certaines cimaises.

Le poids du rail : bluffant par sa légèreté ! Certaines cimaises peuvent supporter jusqu'à 20 kg.

Discrétion : la transparence du fils perlon assure une discrétion totale. Certains rails peuvent recevoir une corniche de décoration

Élégance : les matériaux aluminium et le design sont tout à fait séduisants

Liberté : possibilité de déplacer à volonté mes tableaux en hauteur et en largeur autant de fois que je le souhaite.

17. La présentation artistique

Vous exposez prochainement dans un **espace commercial** ou un **centre culturel**? Félicitations, c'est une **visibilité supplémentaire, non négligeable**, qui se doit d'être **bien préparée**.

Pour l'optimiser, il faudra alors regrouper **plusieurs supports de COMMUNICATION PAPIER** afin d'informer **le public sur place**.

Aujourd'hui j'ai envie de vous parler de **l'ANNONCE OU PRESENTATION ARTISTIQUE**, le document **qui présente l'artiste** lors d'une exposition. Je développe les points essentiels dans l'article qui suit.



A. Annoncer un événement

A la différence de la galerie où le client est renseigné immédiatement par le propriétaire, lors d'une **exposition artistique** organisée dans un hôtel, une agence immobilière, un restaurant, une banque, un centre culturel, ou un salon, il est peu fréquent de trouver du personnel à proximité des œuvres. Par conséquent il est nécessaire **d'informer les visiteurs ou la clientèle** sur l'actualité en cours. Que ce soit pour une journée, quelques jours, semaines, ou plusieurs mois, **quand un artiste expose, il faut en parler !**

Qui fait quoi ?

Si l'établissement dispose d'un Service Communication, ce dernier fera alors le nécessaire pour présenter brièvement l'invité (communication papier ou renseignements sur place), dans d'autres cas, il sera demandé à l'artiste de s'en charger.



B. Des renseignements complets :

Avec l'expérience, j'ai pu constater que **l'annonce artistique** imprimée sur PAPIER était un outil efficace qui **répondait précisément aux attentes** des visiteurs intéressés.

Que doit-on faire figurer sur ce document?

- Les dates d'exposition (début et fin) et le titre de l'exposition s'il y en a un.
- Le nom de l'artiste invité.
- Une présentation de 6 à 10 lignes. Qui est l'artiste, inspirations, technique et parcours artistique?

- Si suffisamment de place : 1 photo de l'artiste + 1 ou 2 photos d'œuvres.
- Contact de l'artiste (adresse e-mail, téléphone, site web)
- Il est bien vu de faire figurer le nom (ou le logo) de l'établissement qui invite l'artiste en signe de remerciement.

PRATIQUE : si l'exposition se déroule dans un lieu tourné vers une clientèle internationale, n'hésitez pas à proposer une présentation en anglais.



C. Une impression sur papier

- Format A4 à privilégier.
- Une impression couleurs valorise les photos.
- Une préférence pour le RECTO. Le visiteur apprécie les renseignements en un seul coup d'œil.

A mes débuts, j'étais des présentations recto/verso, et j'ai dû constater finalement que peu de personnes prenaient la peine de tourner le document.

ASTUCE : J'ai pour habitude de conserver toutes mes présentations artistiques imprimées. Après l'événement, je les insère dans mon Presse book. C'est un bon moyen d'archiver les actualités passées.



Exemples d'Annonces d'exposition passées

D. Une lecture efficace :

- Police épurée, simple (ex : Arial, Helvetica, Myriad Pro, Calibri) mais l'originalité est autorisée !
- Caractères assez gros (ex avec Arial = Texte > taille : 13 à 14 – Titres et Dates > taille : 18 à 20).
- Une préférence pour le texte noir sur fond blanc ou clair.

E. La mise en place

Ce document est à disposer sur présentoir à proximité des œuvres. Il est souvent à l'entrée ou toujours bien en vue.



Mise en place sur table (ou sur pupitre certains établissements en proposent)

18. Le présentoir

Quand on **prépare une exposition artistique** dans un hôtel, un restaurant, une banque, un salon on prépare également la **communication** qui va avec. L'une ne va pas sans l'autre. Les visiteurs peuvent être surpris de découvrir des œuvres artistiques dans un lieu qui n'est pourtant pas une galerie. Il faut donc les renseigner...

Il existe alors un petit accessoire **très simple d'utilisation** qui permet en **un seul coup d'œil d'aider** le visiteur à mieux comprendre les œuvres qui se dressent devant lui. Un petit accessoire qui joue son rôle "**d'Attachée de Presse**" très au sérieux... Et ce petit accessoire, c'est le **présentoir** !

A. Ma PLV, mon attachée de Presse

Signalétique la plus utilisée dans les domaines de la communication, le **présentoir, porte visuel ou PLV** (Publicité sur Lieu de Vente) est un dispositif publicitaire utilisé pour **présenter un événement, une actualité, une nouveauté**.

Avoir recours à un présentoir pour améliorer sa communication lors d'un événement est donc une pratique assez courante pour les **expositions ponctuelles hors galeries**.

Ne pouvant être présent(e) tous les jours sur son lieu d'exposition, l'artiste laisse alors un présentoir (non loin de ses œuvres) qui va **délivrer tous les renseignements** dont le visiteur a besoin.



B. Les avantages du présentoir

- **protège** le document qu'il renferme (matière transparente, rigide et légère).
- reste mobile et **s'adapte** aisément à toute surface plane (table, comptoir, étagère).
- **attire l'attention** sur une nouvelle actualité.
- transmet des informations facilement aux visiteurs.
- met les coordonnées de l'artiste en évidence.
- possède une belle visibilité malgré le peu de place qu'il occupe.
- **conserve** des informations fixes durant toute la durée de l'événement. Les cartes postales ou de visites viennent rapidement à s'épuiser.
- affiche des renseignements d'une manière professionnelle.
- se maintient tout seul, sans colle ni adhésif.



Présentoirs plexiglas A4 : incliné, droit et aimanté

C. Le plexiglas

La transparence du plexiglas en fait le matériau le plus adapté aux présentoirs. Pliés, usinés à chaud, parfois même aimantés, avec un socle plus ou moins large, les présentoirs en plastique sont très pratiques d'utilisation.

D. Les formats les plus utilisés

Le papier reste maintenu entre les 2 parties (avant et arrière) du présentoir. Le socle lui permet de se dresser pour faciliter la lecture.

- présentoir de table avec fronton incliné (ex : A4, A5, A3, etc).
- présentoir de table à fronton droit avec un retour pied avant-arrière plié (différents formats disponibles).
- présentoir de table aimanté (A4, A5, etc)



Présentoir A4 en place lors d'une exposition.

E. Les renseignements à indiquer

Il est fréquent de faire figurer avec le présentoir, la **présentation de l'artiste**. Le tout imprimé lisiblement, pas trop petit et sans fautes. Evitez le texte "arc-en-ciel" car trop de couleurs perturbe la lecture.

A NOTER : A côté du présentoir, il est conseillé de disposer :

- quelques cartes de visites ou postales
- 1 document détaillant les œuvres (1 feuille A4 'recto/verso' plastifiée ou un classeur souple peuvent faire l'affaire).



Présentoirs : idées et équivalents.

F. Où en trouver ?

Vous pouvez trouver les présentoirs en plexiglas dans les commerces proposant du mobilier ou du matériel pour aménager les vitrines des boutiques.

Mes préférés :

- [Muji](#)
- [Retif](#)
- Top Office
- [Office DEPOT](#)
- [Le Géant des Beaux-Arts](#) (parfois certains cadres sont fournis avec un pied à l'arrière afin que le tout puisse tenir sur table)



Un cadre sur chevalet peut aussi faire l'affaire.

19. Le cartel

A quoi sert un cartel ou aussi appelé cartouche ?

Comment le faire ?

Et quoi inscrire dessus ?

Aujourd'hui, je développe **le fonctionnement du cartel dans une exposition** parce qu'une oeuvre d'art ne devrait jamais s'exposer publiquement sans celui-ci.



Tableaux Amylee – Cartels sur mur et socle lors d'une exposition

De plus en plus d'**artistes** viennent à **organiser et coordonner des expositions publiques**. Ils doivent alors tout gérer seuls.

L'artiste n'est pas toujours sur place pour renseigner les visiteurs, le cartel est donc un outil qui a son utilité pour **optimiser la communication**.

Les origines du cartel

Le mot cartel vient de l'italien « *cartellone* » qui signifie affiche.

L'utilité du cartel

Appelé également étiquette, notice, panonceau ou cartouche, ce petit encart apporte les **informations utiles pour identifier une œuvre** dans un lieu public lors d'une **exposition**.

L'objectif est d'offrir de l'information de la manière la plus simple et la plus discrète possible.

Les dimensions du cartel

L'idéal est de ne pas dépasser le format d'une carte de visite (8×5,5cm plus ou moins).

Trop grand (ex : format carte postal), le cartel reste alors assez voyant et prend une place trop importante.

La maquette du cartel

Vous avez une belle écriture régulière ? Votre cartel peut être alors écrit à la main.

Pour plus de **rapidité ou de lisibilité**, je vous recommande d'imprimer votre texte sur du papier épais ou du bristol et d'ensuite de confectionner un support pour son maintien.

La couleur du cartel

Le cartel ne doit en aucun cas attirer l'œil du visiteur. Il est généralement **blanc ou gris clair** afin de faciliter la lecture du texte qui est souvent en noir, bleu marine ou brun foncé.

Pour des questions esthétiques et de discrétion, il m'est arrivé de devoir réaliser des cartels sur du papier calque. L'effet est assez joli !



Tableaux Chardin et Baellieur – Cartels sur encadrement

Il existe cependant des cartels colorés, gravés sur plaques métalliques ou plastiques. Des matériaux souvent utilisés dans les expositions haut de gamme ou pour les musées.

Les supports pour un cartel

Pas de règles établies pour la conception d'un cartel. Ce dernier doit toutefois conserver une **certaine rigidité, une légèreté et une bonne tenue** tout au long de l'exposition.

Plusieurs supports sont acceptés :

- Le cartel en **bristol épais**
- Le cartel en papier plastifié
- Le cartel en papier contrecollé sur un support plus épais (plaque en balsa, **carton plume**, plaque fine métallique, carte plastique)
- Le cartel en papier dans un étui plastique (souple ou rigide)
- Le cartel gravé (plexiglass, plaqué or, argent, bois).
- Le cartel en papier autocollant

Où placer le cartel ?

Même si parfois un cartel de vitrine comporte les renseignements de plusieurs œuvres, il est de coutume d'éditer un cartel pour chaque oeuvre exposée.

On peut voir une petite plaque fixée :

- Sur l'encadrement d'un tableau.
- Sur le socle d'une sculpture.
- Sur le mur à proximité de l'œuvre.

La fixation du cartel

Tout dépend le mur sur lequel vous avez accroché vos œuvres. Dans ce cas précis, il faut toujours vous renseigner auprès de l'organisateur afin de savoir ce qu'il est autorisé de faire.

Pour la fixation des cartels, la plus courante restent la patafix blanche (la jaune tache). Les points/pastilles de colle repositionnables sont aussi une solution.

Dans les cas où les murs ne peuvent absolument pas être touchés (murs en pierre, tapisserie, moquette, marbre) il est envisageable de suspendre un étui en plastique directement au châssis de l'œuvre afin d'y placer le cartel.

Optimisez les prises de contact et les ventes grâce au cartel.

Les informations à inscrire sur un cartel

Les renseignements diffèrent selon l'exposition cependant afin d'optimiser vos retours (contacts ou ventes) il est préférable de faire apparaître :

- l'auteur
- le titre de l'œuvre
- les dimensions de l'œuvre
- la date de réalisation (année ou période)



- la technique ou les matériaux employés
- les coordonnées de l'artiste (e-mail et/ou téléphone)
- le site web de l'artiste ou de la galerie

Si l'événement est présenté par une galerie, il est indiqué :

- le nom et le contact de la galerie (e-mail et/ou téléphone)
- la provenance
- la numérotation si c'est une série limitée
- le nom du propriétaire, donateur

A NOTER

Précisez si l'œuvre est à vendre. (prix communiqué ou NC). Contactez l'artiste ou la galerie pour plus de renseignements.

Les erreurs à éviter

- Le cartel mal fixé qui se décolle avec le temps (il finit par tomber)
- Le cartel qui se gondole et se corne
- Le cartel mal écrit avec des fautes d'orthographe

Les expositions & l'Artiste

- Le cartel souillé, taché ou peu présentable
- Le cartel sans coordonnées.
- Le cartel trop grand

Un modèle de cartel

Le texte peut être justifié à gauche ou bien centré. J'aime assez la seconde version.



Exemple de présentation d'un cartel.

20. 7 habitudes après la vente d'une toile

Bah oui, on a tous ses petites manies. Et, chez moi, j'en ai même 7 !

Un chiffre bonheur me diras-tu ?

Oui, certainement.

Un chiffre qui m'accompagne dans l'organisation de mes petits rituels. Des gestes que je répète et répète inlassablement après chaque vente. Il est important de ne jamais sous-estimer la vente d'une oeuvre d'art.

Voici la liste à avoir sous la main et à relire lorsqu'un de nos tableaux quitte l'atelier.

7 étapes ou bonnes habitudes à connaître pour adopter **les gestes des artistes professionnels** !

Archiver mes photos

Vous devriez déjà avoir des photos d'archives en HD et BD.

Une fois la vente effectuée et le tableau sorti de l'atelier, ces images servent pour notre documentation personnelle, notre site Web, blog, un article presse, ou notre communication.

- Le nom du fichier portera : Nom de la peintureDateTailleQualitéphoto
- Ex : Kimbra2015120x60HD

Nommer mes œuvres

Une information précieuse pour l'acheteur ou le marchand.

- Au dos de l'œuvre : titre, taille, date, ville et nom de l'artiste
- Ex : "Kimbra 120×60 2016 Londres Amylee Paris

Ajouter une note manuscrite

Montrer son appréciation en écrivant une petite note personnelle pour remercier est toujours très appréciable.

En plus de dire merci, j'aime ajouter des cartes postales en guise de surprise. J'ai constaté que ces cartes étaient souvent collectionnées ou encadrées!

Editer un certificat d'authenticité

Un certificat d'authenticité est un document qui confirme les détails de la peinture. Ne pas confondre ce document avec la facture d'achat.

Embellir les bords

Il existe 4 options :

- **LES BORDS ATELIER.** Si le tableau doit être encadré, inutile alors de retoucher les bords baveux et disgracieux laissés par les coups de pinceaux. Les bords seront cachés de toutes les manières.
- **LES BORDS HABILLES.** 2 options au choix : 1/ Collez du ruban adhésif « Cache clous » en tissu noir ou blanc pour habiller les bords disgracieux. 2/ Peindre les bords en reprenant la couleur dominante de la composition ou une couleur différente, ça marche aussi.
- **LES BORDS PROTEGES.** Avant de peindre, appliquez du masking tape qui devra être retiré une fois l'œuvre achevée. On retrouve ainsi des bords blancs et nets.
- **LES BORDS SANS ARRET.** Étendre le motif et les couleurs sur les bords. Inutile d'utiliser la même quantité de détails que la zone principale du tableau.

Ajouter un système de fixation

Munissez l'œuvre d'un kit de fixation à l'arrière (au choix : crochet, piton à vis, fil, etc) ou d'un encadrement pour faciliter l'accrochage.

Emballer pour protéger

Il est extrêmement important d'emballer son tableau en toute sécurité afin qu'il ne soit pas endommagé pendant le transport.

Il vous faudra regrouper :

- **DU CARTON SOLIDE** (épaisseur 2 à 3 cannelures) correspondant à la taille du tableau pour éviter que le tableau glisse à l'intérieur de la boîte.
- **DU PAPIER SULFURISÉ** pour enrouler l'œuvre. Légèrement huileux, ce papier évite aux peintures à huile ou aux collages délicats d'adhérer au papier ou de faire des traces.
- **DU PAPIER BULLE**, 2 couches suffisent. Peu importe le sens des bulles.
- **2 INTERCALAIRES** pour maintenir l'œuvre en sandwich avant de l'insérer dans sa boîte : 1 côté face et l'autre côté pile.
- **DE VIEUX JOURNAUX** ou sachets en plastique pour caler l'œuvre.
- **DES ROULEAUX ADHESIF** : celui utilisé lors de déménagements (le marron très solide) pour l'extérieur de la boîte. Du masking tape qui se déchire avec les doigts uniquement autour de l'œuvre.

Quelques mots avant de se quitter

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

- 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'un-e Artiste.
- Un guide facile à lire et à utiliser.
- Des informations nourries par mon expérience.

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 pour votre prochain salon !

A stylized, handwritten signature in black ink. The signature appears to be 'Amylee', with a large, flowing 'A' and a cursive 'ylee'.



COMMENT PROMOUVOIR & VIVRE DE SON ART ?

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 ?

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 :

- 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 œuvres, démarcher les galeries
- Stratégies, expédition, logistique, gestion du temps
- Plein de trucs et astuces que seuls les artistes professionnels connaissent

Rendez-vous personnalisés en direct via vidéo ou téléphone
30, 60 ou 2 x 60 minutes au choix

En savoir plus sur amylee.fr