

Comment fixer un prix de vente sur une œuvre?

Qu'est-ce qu'être artiste



510-354-MV, Langage visuel et démarche, Francis O'Shaughnessy, prof

Moïse est dans sa boutique, comptant, satisfait, l'argent qu'il a gagné dans la journée, quand son ami Abraham entre et lui dit:

- J'ai besoin que tu me prêtes toute de suite cinq mille euros, en billets...
- Mais comment! Cinq mille... c'est beaucoup.
- Ne t'inquiète pas, Moïse... Je te les rendrai dans 10 minutes.
- Ne me fait pas rire: dès que tu les auras, tu oublieras de revenir...
- Je ne sortirai pas d'ici! Et en plus, je te donnerai une commission de 5 %... Sans perdre aucun risque, tu vas gagner 250 euros en 10 minutes.
- Bon... Si c'est comme ça, je te les prête.

Moïse remet 5000 euros, en billet, à Abraham. Son ami les met dans sa poche, puis il lui demande la permission d'utiliser le téléphone. Dans le coin à l'écart du magasin, il parle pendant 10 minutes, puis, avec un grand sourire, remet 5000 euros à Moïse + 250.

- Je n'y comprends rien, Abraham. Je t'en prie, explique-moi de quoi il s'agit.
- C'est très simple, Moïse: je devais négocier un gros contrat et, avec les poches vides, je me sentais en position de faiblesse pour obtenir ce que j'exigeais. Une fois qu'elles ont été pleines, j'ai eu l'autorité nécessaire pour pouvoir imposer mes conditions.

***La manière dont nous nous percevons est essentielle.** Il est très rare qu'on nous juge sur ce que nous sommes; le plus souvent, on le fait sur la façon dont nous nous voyons et nous sentons.

Comment fixer un prix de vente sur une œuvre?

Lorsqu'on est en **début de carrière**,
il est très **difficile de chiffrer le montant de ses œuvres**.

Ça **tracasse plusieurs artistes**, surtout lorsqu'un **acheteur demande** dans un vernissage : « **combien demandez-vous pour cette œuvre** »?

Si vous êtes représenté par une galerie,
C'est elle qui **fixe le montant des œuvres**.

Si vous n'ÊTES PAS représentés par une galerie d'art,
voici quelques **conseils** qui pourraient vous être
pour **trouver le barème de prix**.

Dans le monde des arts, les prix sont souvent en fonction
-de la dimension des œuvres et
-du médium utilisé.

Œuvres 2 dimensions:

Les **peintures à huile** ont la plus grosse cote de prix, après c'est au tour de **l'acrylique**, **l'aquarelle** et des **œuvres sur papier** (pastel, fusain, crayons de couleur, graphite).



Michaël Lefèvre

Encadrement avec vitre ou non?

Au Québec, en galerie, dans des encans ou expositions-bénéfices, les organisateurs suggèrent que les artistes encadrent leurs œuvres.

C'est une étape de moins pour l'acheteur.
Il y a la vente et il l'accroche chez lui.

Si c'est une exposition internationale,
les œuvres encadrées sous vitre sont plus difficiles à vendre
dans le marché des galeries commerciales.

Les acheteurs sont souvent des touristes et
préfèrent acheter une œuvre (une toile par exemple)
qui se roulera dans leur bagage.

Au Québec

***Une toile encadrée a souvent plus de cachet VISUELLEMENT qu'une toile non encadrée. Ça lui donne un côté précieux.**

Si vous faites des projets de **moyens et grands formats**,
les **encadrements sous vitre** sont très dispendieux pour l'artiste
- surtout si vous ne vendez pas l'oeuvre.

Si vous vendez, pour **éviter les problématiques (bris durant le transport)**,
vous pouvez offrir un **service de livraison par courrier** pour les clients.

***Bien sûr, ce surplus à des coûts, il faudra le facturer au client!**
Ce dernier n'a **pas peur des bris possibles.**



Pour **fixer vos prix**,
vous devez **comprendre** le fonctionnement du **marché de l'art**

Vous devez **tenir compte de la qualité de votre travail**
en **fonction** de celle **des autres artistes** vous entourant
(dans le même style, même génération).

Vous devez **évaluer vos accomplissements artistiques**
et voir comment ils peuvent vous faire avancer dans votre carrière professionnelle.

Plus vous **êtes conscients de ce que les galeries d'art**, les centres culturels, les musées et les symposiums **exposent et vendent dans votre région**,
plus vous pourrez mettre **des prix justes** et vous serez préparés à toutes possibilités.

- Effectuer une **recherche sur Internet pour mieux comprendre la logique du marché de l'art**. C'est important!

Il est **difficile de chiffrer ses œuvre**,
l'artiste n'est pas la meilleure personne pour juger
de son propre travail.
Parfois, il faut **prendre du recul** pour évaluer son travail.



Voici les 5 erreurs les plus vues

Erreur 1: le temps d'exécution

Que vous mettiez **20 minutes** pour **faire une toile** ou **5 ans**,
l'**acheteur** d'art n'est pas là pour **acheter une prouesse technique**
mais bien **une œuvre qui le touche.**

Peu **importe le temps** que vous avez mis
dans une toile,
cela **ne doit pas influencer sur le prix.**



Léonard de Vinci

Erreur 2: Œuvres que vous affectionnez plus chère?

Même si vous avez **passé beaucoup beaucoup d'heures sur une peinture** et que vous **l'affectionnez** particulièrement,
il ne faut pas monter le prix de cette œuvre avec cet argument.

J'ai vu cette **erreur répétée** par plusieurs artistes.

Vos goûts ne sont pas les goûts de tout le monde,
vous **risquez de faire fuir une cliente** potentielle qui **adore votre toile**,
mais **ne veut pas l'acheter** quand elle voit qu'elle a une **valeur moindre**,
elle va tout de suite **se demander quel est le problème...**

Ex. Une **cliente** qui vous aura **acheté une toile plus cher** se sentira **flouée**
lorsqu'elle verra qu'une **autre toile de la même taille est moins chère** :
elle va **croire que vous avez augmenté sa toile à ses dépens**.
Vous ne voulez pas d'une **clientèle mécontente!**

1. Apprenez à vous **distancer de vos œuvres**.

2. Ne **changez pas de prix** (à la hausse) en regardant l'acheteur.

*N'oubliez pas que les **collectionneurs** d'œuvre d'art **se connaissent entre eux et se parlent**. **Soyez constant** avec tous vos clients!

Ex. Vous ne pouvez pas vendre un **format 16×20 au montant de 700\$** et soudain **vendre le même format** (du même médium) au montant de **450\$** à un autre client. Cela serait vu comme un **geste irrespectueux** envers votre clientèle.

Erreur 3 : Œuvres que l'artiste aime moins

Il y a des **artistes qui vendent très peu cher les œuvres** dont ils ne sont **pas fiers** ou qu'ils **n'aiment pas** particulièrement.

***Vous devez rester constants dans vos prix** peu importe l'œuvre.

Si vous éprouvez un **mépris** pour l'une de vos toiles,
il vaut mieux la **retirer de votre exposition**.

En cas contraire, si vous ne **voulez pas vendre des œuvres que vous affectionnez**,

- Mettez un « **point rouge** »: signifiant vendu

- un **collant disant: « collection personnelle de l'artiste »!**

Erreur 4: Affiche les prix sur son site web

Plusieurs centres d'artistes des inscrivent les prix sur leur site web.

Il faut faire **attention**:

si vous **affichez une toile avec son prix**,
et que **quelques mois plus tard**, vous **augmentez** vos prix,
cela va être **compliqué de venir tout réajuster** ensuite.

La meilleure façon de faire:

« **Prix réajustables en tout temps** »

« **Prix à titre indicatif seulement** »

« **Les prix sont sujets à variation sans préavis** »

Pour les réseaux sociaux : « **Pour le prix, contactez-moi en privé** ».

Sur **votre site web**,

faites une **page avec la grille des prix en fonction de la taille**.

Erreur 5: vendre à rabais

Il y a des artistes qui **font des rabais « monstres »** de temps en temps.

Ils **vendent des toiles de 30×30 pouces à 50\$!**

Le **problème**: c'est que vous allez **fâcher celles et ceux qui ont acheté au vrai prix**, et vous **attirez une clientèle « Dollarama »** c'est-à-dire une **clientèle qui « attendra » les rabais**.

-Paul Ardenne et Hervé Fischer

(2 catalogues données gratuitement, une femme était là et m'a fait la remarque).

Une **clientèle solide**, c'est des **gens qui vont sauter sur votre toile** s'ils ont un **coup de coeur** car ils auront **peur que quelqu'un d'autre l'achète** avant !

Si vous **faites des rabais**, jamais excéder **20% voire 25% max**.



Si vous **vendez vos toiles pas chères, EN TOUT TEMPS**,
vous vous décrédibilisez car **votre message c'est :**
« Ce que je fais ne vaut pas grand-chose ».

Croire en sa valeur, comment d'abord avec **vous**.

Ex. Si tu me dis:

J'aime mieux **vendre trois grandes toiles à 50\$** chaque **plutôt qu'aucune**
toile. Ce n'est pas votre produit **le problème**, mais **votre clientèle !**

Lorsque vous aurez **construit une bonne clientèle**, le problème sera :
j'ai vendu mes **trois grandes toiles à 800\$** chaque
et les gens en veulent d'autres et **je n'ai pas eu le temps d'en peindre**
d'autres !

Préparez vous à négocier

Les **gens aiment négocier**. Même s'ils n'ont pas de **problèmes d'argent**.
Alors **soyez très claire** à ce sujet.
Car **si vous hésitez**, les gens le **sentent**.

Personnellement, je suis non négociable sur les petits prix (<250\$).

*Si une personne prend **plusieurs toiles**,
je **peux lui faire un petit rabais**.

Montrez que vous êtes **pas fermée à la négociation**,
mais **pas à n'importe quelle condition**.

*autre technique:

augmentez votre prix de 10\$ ou 20\$ sur l'étiquette,
comme ça, **s'il y a négociation, vous ne perdez pas d'argent**.
Et **si la personne ne me négocie pas**, vous lui **faites un rabais**.

Grands format

Pour les **grands formats**, la **marge est plus flexible**, mais attention, garder le contrôle :

vous devez **donner l'impression que vous préférez ne pas vendre**

plutôt que de vendre à n'importe quel prix.



Jean Sébastien Denis

Anecdote 1

Il y a quelques années, l'artiste en face de moi exposait pour la première fois dans un symposium. Le 1^{er} jour, un monsieur arrive et commence à négocier sur deux toiles à 700\$. Elle accepte et descend ses prix. Puis, il lui dit : allez, j'en prends trois et vous me les faites à 1000\$... donc, chaque toile devrait perdre plus de la moitié de sa valeur ! Elle hésite. Le client lui répond : « Pensez-y, je fais le tour et je reviens, voici mon numéro, mais je les prendrai seulement si j'ai le prix que je veux, sinon, vous perdrez vos ventes... ». Bref, il tient « le bon bout du bâton » comme on dit. L'artiste commence alors à demander conseil aux autres artistes autour d'elle. On lui donne toutes la même réponse : « Fais comme tu le sens, mais dis-toi que s'il les veut vraiment, il les payera même si tu ne descends pas ton prix. » Elle décide de ne pas céder, et de lui offrir les trois à 1500\$ (donc un rabais, mais acceptable). Il dit non et ne revient pas... Déception... et finalement, le soir, il l'appelle et lui dit qu'il passera le lendemain pour les prendre... Yeah ! Il a vu qu'elle ne cédait pas, il a cédé ! Il est passé les acheter le lendemain.

<https://liliflore.ca/fixer-prix-de-vos-toiles/>

Anecdote 2 (personnelle)

Un client veut vous acheter une œuvre,
ne demandez jamais **combien il est prêt à mettre pour l'œuvre à vendre.**
Le client n'a pas à déterminer la valeur de votre œuvre.

J'ai déjà fait l'erreur avec Alexandre Taillefer.

Il s'est présenté à moi et m'a demandé combien était mon œuvre.

-J'ai demandé combien il était à mettre pour l'avoir.

-Les spécialistes savent qu'il ne peut pas négocier à la baisse s'ils donnent en partant le prix qu'ils sont prêts à payer.

Taillefer m'a répondu: Non ça ne fonctionne pas comme ça. Quand tu seras prêt, viens me voir.

Ensuite, je suis **entré dans les négociations.** C'est tout un art.

Si tu demandes un prix, il est presque certain que **tu vendras à un prix plus bas** en raison de la négociation. **Soyez ferme** dans vos **réponses et assuré,** car la posture du vendeur donne **beaucoup d'information** à l'acheteur.

Psychologie d'un collectionneur (mon expérience)

Collectionneurs impulsifs

- Ils **veulent l'œuvre maintenant.**
- Ils sont **guidés** par une **émotion forte** que l'œuvre leur procure.

***Si ça arrive, il faut vendre votre œuvre sur-le-champ!**

Si vous attendez trop de temps, l'œuvre ne se vendra pas une semaine plus tard, car leurs **émotions fortes seront dissipées.**

Collectionneurs patients

- ils **veulent œuvres uniques** et des œuvres à très **peu ou l'unique exemplaire.**
- Il cherche la **rareté.**

Premières ventes?

Si vous êtes un **artiste qui n'a pas encore vendu de ses œuvres**, vous devez **trouver un barème de prix** en fonction de plusieurs facteurs.

- Estimer le temps** que vous **passez** pour chaque **tableau**
- Évaluer les **dimensions** de vos œuvres
- Calculer le **matériel** que vous avez acheté
- *Il faut rembourser vos frais liés à l'achat du matériel artistique
- L'œuvre encadrée**, vous ajoutez le prix de l'encadrement
- Un artiste fait 200 tableaux par année versus 10 tableaux par année, le prix ne sera pas le même pour le travail.



Barème de prix pour vendre ses oeuvres

1. La plus simple est de vendre **son art au pouce carré** (toile montée sur châssis et non encadrée.). Ainsi, l'œuvre augmentera de prix graduellement **selon le format**.
2. **Comparer votre travail à d'autres artistes** pour trouver votre juste prix.
3. L'artiste est collectionné par des **collectionneurs**
4. Depuis **combien de temps il est actif** dans le milieu.
5. L'artiste a reçu des **reconnaisances**

Tous ces éléments justifient **la cote de chaque artiste**.

Il faut pouvoir évaluer tous ces facteurs dans votre propre carrière.

Augmentez vos prix de vente

Vous pouvez augmenter vos prix à l'occasion.

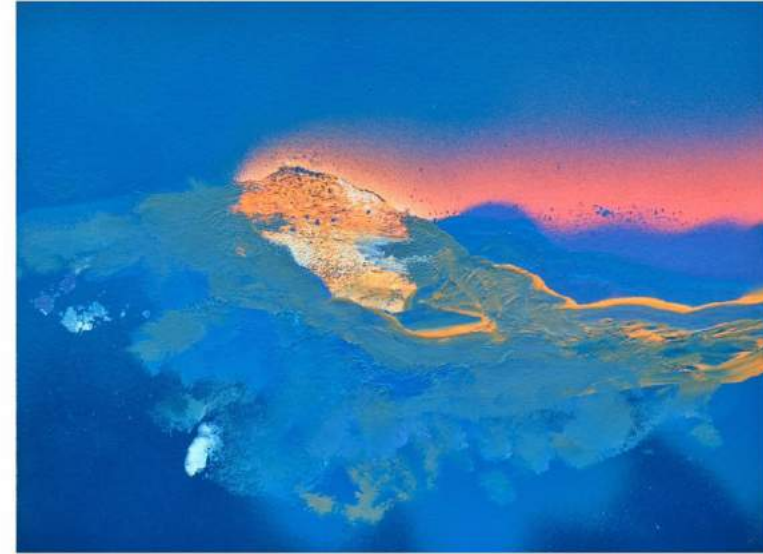
Surtout lorsque vous **vivez du succès** et que vous **vendez beaucoup**.

Vous pouvez **augmenter vos prix graduellement chaque année** ou à chaque **période de grandes réussites**.

*Vous devez pouvoir **justifier cette hausse** en **mentionnant des faits**.

Ex.

- votre **expérience acquise**,
- les **nombreuses ventes** que vous avez faites,
- les **prix gagnés** lors de festivals, de symposiums ou d'expositions



Josiane Lanthier

Statistiques

Il y a environ **10 collectionneurs réguliers à Montréal.**
Le marché est à **Toronto et Vancouver.**

Seulement **2% des acheteurs réguliers dans le monde de l'art canadien,**
achètent des œuvres de plus de 1000\$.

Il est normal de **commencer au bas de l'échelle**
avec des **prix raisonnables** et de les **monter au fil des années** si vous faites des **ventes.**

Ex. Un artiste vend plus de **10 toiles par année.** Il peut **augmenter sa cote** sur le marché.

Ex. Un artiste qui vendait beaucoup il y a quelques années mais qui **ne vend plus depuis 5 ans,** sa **cote** va nécessairement **descendre.**

***Sachez que la clientèle ou les collectionneurs qui achèteront votre art,**
seront des clients fidèles tout au long de votre carrière.

Les galeries d'art et la cote qu'ils prennent sur votre vente

Si un jour vous êtes représenté par une galerie, voici ce qu'il faut savoir:

Les galeries peuvent prendre de **40 à 70%** de vos gains pour chaque tableau vendu. La norme est 60%.

C'est énorme!

Pensez ceci:

- les galeries ont une **clientèle bien établie**,
- elles **paient les encadrements** de vos œuvres (pas toujours),
- elles **paient de 50 à 100% de la publicité** de votre exposition
- elles **font le maximum** pour bien vous **représenter**

*Chaque galerie a son propre fonctionnement.
il est important de **bien «magasiner» la galerie d'art** où vous désirez exposer.

Préparez de la documentation concernant votre démarche artistique,
votre biographie,
une liste des œuvres que vous avez vendues.

Certains **collectionneurs demandent des certificats d'authenticité**
pour chacune de vos toiles. Vous aurez ainsi **une attitude très**
professionnelle et vous **mettrez en confiance** vos clients.



Certificat d'authenticité

Faites des
certificats
personnalisés!

Je, soussigné(e), certifie que l'œuvre ci-dessous désignée est l'originale
et une pièce unique

Titre de l'œuvre: _____

Nom de l'artiste: _____ Dimension: _____

Médium: _____ Support: _____

Année de réalisation: _____

Signature de l'artiste: _____ date: _____

Tous les droits de reproduction de cette œuvre sont réservés exclusivement à l'artiste

Certificat d'authenticité

PASCAL FURLAN

artiste peintre professionnel

N° SIRET : 534 518 352 00016 - N° MdA : F474589

atteste, par le présent certificat que l'œuvre identifiée ci-dessous est une œuvre originale

Titre et numéro : *Au port de Binic - n°270*

Année : *2014*

Technique : *Huile au couteau*

Dimensions : *40x50 cm*

Fait le *5 juillet 2014* à *Villeneuve-sur-Lot*

Signature et cachet de l'artiste

Pascal FURLAN
La Providence
47300 Villeneuve/Lot

Pascal Furlan - La Providence - 47300 Villeneuve/Lot - pascal.furlan@gmail.com - 06 22 39 26 41

Astuces pour vendre

Si vous **exposez 10 tableaux à 1000\$**, il y a une grande probabilité pour que vous en **vendiez la moitié**.

Mais si vous avez **10 tableaux à 500\$**, les chances que vous vendiez les **10** **augmenteront**.

Ayez une **liste de prix différents pour vos toiles et croquis**.

Afin de faire plus de vente, **ouvrez votre atelier tous les six mois pour vos clients et créer un vernissage pour promouvoir vos œuvres**: « vente d'atelier ».



Marc Séguin



[Josiane Lanthier](#)

Faire signer des contrats de vente

CONTRAT DE VENTE

ART. 1 → Nom des parties

Contrat intervenu entre :

Q'Shaughnessy, François

7808 St-Hubert, Montréal, Québec, H2R 2P2
514 276-2780

ci-après appelé « l'artiste »

Saut de section (continu)

et :

Taillefer, Alexandre

Adresse :

Téléphone :

Titre :

dûment autorisé, tel qu'il le déclare, ci-après appelé
« l'acquéreur »

Saut de section (continu)

Art. 2 → Objet du contrat

L'artiste, propriétaire de l'oeuvre décrit à l'article 3, auteur, premier titulaire et titulaire actuel des droits d'auteur sur cette oeuvre, vend l'oeuvre à l'acquéreur aux conditions énoncées dans les présentes.

Art. 3 → Oeuvre



Titre de l'oeuvre : Le souffle

Année de création : 2010

Format : 64 (largeur) x 34 (hauteur) poüces

Médium / support : photographie sur papier polypropylène

Numéro d'exemplaire : 1/1

ci-après appelée « l'oeuvre »

L'artiste reconnaît avoir tiré une reproduction de qualité de son oeuvre aux fins de l'exercice de ses droits d'auteur.

Art. 4 → Droit d'auteur

4.1

L'artiste ne cède aucun de ses droits d'auteur, étant entendu qu'une cession ou une licence de droit d'auteur doit être constatée dans un contrat distinct. Il est par conséquent convenu que l'artiste demeure le titulaire de tous ses droits d'auteur, y inclut du droit d'exposer l'oeuvre publiquement (uniquement la copie d'artiste), du droit de reproduire l'oeuvre (uniquement la copie d'artiste), ainsi que le droit de communiquer publiquement l'oeuvre sous une forme non matérielle et ce, pour tous pays et pour la durée du droit d'auteur.

4.2

Art. 5 → Modalité de vente

5.1 → Montant

La vente de l'oeuvre, excluant l'encadrement, ou tout autre support, est consentie en contrepartie de la somme 2000\$.

5.2 → Modalités

Les sommes dues sont payables à la signature des présentes, et payables au plus tard le 30 septembre 2014. (*clause modifiable selon une entente discutée avec l'artiste).

5.3

L'artiste demeure l'unique propriétaire de l'oeuvre jusqu'au paiement du prix de vente.

5.4

À défaut de paiement du prix de vente dans le délai prévu, l'artiste pourra considérer la vente résolue de plein droit. À défaut pour l'acquéreur d'acquitter les sommes dans le délai prescrit, l'artiste conservera, en plus de l'oeuvre, les sommes déjà remises par l'acquéreur.

Art. 6 Emballage et transport

S'il y a lieu, les frais d'emballage et de transport de l'oeuvre sont à la charge de l'acquéreur.

*Pour cette fois-ci, c'est gratuit car l'artiste détient l'oeuvre avec lui dans la même ville que l'acquéreur.

Art. 7 → Garde et conservation

7.1

Dès qu'il est en possession de l'oeuvre, l'acquéreur est responsable de la conservation ainsi que des frais de conservation de l'oeuvre. L'acquéreur déclare avoir reçu l'oeuvre en bon état et reconnait ne pas avoir le droit de modifier l'oeuvre en tout ou partie.

Art. 8 → Droit de suite

8.1

L'acquéreur s'engage à aviser par écrit l'artiste du transfert de l'oeuvre à un tiers, et ce, dans les 30 jours de la vente. L'avis indiquera le nom du tiers, son adresse et son numéro de téléphone. L'acquéreur avisera ce tiers que l'artiste s'est réservé tous ses droits d'auteur.

Signé en double exemplaire à Montréal le 18 mai 2014.

Pour l'artiste :

Pour l'acquéreur :

Conseils professionnels

1. **Si vous avez à faire une vente, demandez conseils auprès de pairs.**
Chaque personne à sa manière de chiffrer une œuvre. Ensuite, vous décidez du prix en fonction de votre charte et vos valeurs.
2. **Gonflez vos prix de vente en tenant compte qu'il y aura une négociation.** S'il y en a pas, encore mieux pour vous.
3. **Les artistes les plus constants** et les plus justes dans leur prix sont ceux qui **vendent le plus.**
4. Si vous n'avez pas encore vendu d'œuvres: **partez avec un prix raisonnable** que vous **croyez honnête** pour le travail proposé.

Plus d'infos

Fixer ses prix (article qui a aidé à concevoir ce PPT):

<https://www.artxterra.com/comment-fixer-le-juste-prix-de-ses-oeuvres/>

Prix de vos toiles: (article qui a aidé à concevoir ce PPT)

<https://liliflore.ca/fixer-prix-de-vos-toiles/>

Devenez un meilleur vendeur lorsqu'on est créateur:

<https://liliflore.ca/creatifs-apprenez-a-faire-grandir-votre-clientele/>

Calculez le prix de ses toiles (formule)

<http://techniquedepinture.com/la-regle-des-formats-mais-quelle-idee/>

Exemples contrats de vente:

<https://www.raav.org/contrats-types-du-raav>