

Sommaire

INTRODUCTION.....	4
A QUI VOUS ADRESSEZ VOUS ?	5
COMMENT VENDRE VOS OBJETS ET ŒUVRES D'ART ?.....	5
VENDEZ EN DIRECT.....	6
VENDEZ SUR INTERNET	7
REJOIGNEZ DES COMMUNAUTÉS D'ARTISTES, MONTREZ VOUS !	9
ELABOREZ UN PETIT PLAN MARKETING.....	9
COMMUNIQUEZ DANS LA PRESSE ET SUR INTERNET	10
CREEZ VOTRE PROPRE BLOG OU SITE INTERNET	10
EXPOSEZ VOUS ! PARTICIPEZ A DES CONCOURS.....	11
PENSEZ EGALEMENT AUX LIEUX NON DEDIES A L'ART	11
EXPOSEZ DANS DES GALERIES D'ART.....	11
VENDEZ AUX ENCHERES.....	12
A QUEL PRIX VENDRE SES ŒUVRES ? UN EXERCICE DIFFICILE	13
ALORS COMMENT FAIRE ?	13
ET POUR DES ŒUVRES OU OBJETS ACHETES ?	14
A SAVOIR EGALEMENT	14
VOTRE ANNONCE EST-ELLE « VENDEUSE » ?	15
QUELQUES PISTES POUR RENDRE VOTRE ANNONCE PLUS ATTRAYANTE.....	15
VOTRE LOCALISATION	16
SOIGNEZ LE TITRE DE L'ANNONCE	16
LA DESCRIPTION DE VOTRE ANNONCE	16
AJOUTEZ DES PHOTOS !	17
LA VALORISATION DE L'ANNONCE	18
DE BELLES PHOTOS POUR PRESENTER VOTRE TRAVAIL ET VENDRE VOS ŒUVRES ?	18
UN PEU DE PROFESSIONNALISME.....	18
UN MINIMUM DE MATERIEL	18
LES 4 POINTS LES PLUS IMPORTANTS A SURVEILLER.....	19
COMMENT LES PHOTOS DE VOS ŒUVRES SERONT TROUVEES SUR INTERNET.....	19
AMELIOREZ LES TITRES DE VOS PHOTOS	20
LES ATTRIBUTS <i>ALT</i> DE LA PHOTO.....	21
LES DESCRIPTIONS SUR LA PAGE DE LA PHOTO	22
QUELQUES CONSEILS POUR PREPARER VOTRE LIVRE DE PRESENTATION (BOOK).	23
RESTEZ A JOUR.....	23
COMMENT METTRE A JOUR VOTRE BOOK ? COMMENT SAVOIR SI UNE MISE A JOUR EST NECESSAIRE?	24
GARDEZ VOTRE BOOK TOUJOURS A JOUR	24
GARDEZ VOTRE BOOK ET VOTRE CV COHERENT	25
VOTRE BOOK EST VOTRE AMBASSADEUR.....	25
EDITER VOS BOOK ET CV PEUT DEMANDER L'AIDE D'AUTRES PERSONNES	25
CONTINUEZ A CREER, NE VOUS CONTENTEZ PAS DE VOS ANCIENNES ŒUVRES	26
NE MONTREZ QUE LES ŒUVRES FINIES DANS VOTRE BOOK.....	26

NE MONTREZ QUE LES ŒUVRES EN RAPPORT AVEC LA PROSPECTION QUE VOUS FAITES.....	26
LE BOOK C'EST VOUS, C'EST VOTRE AME	26
UN TABLEAU D'UNE CERTAINE VALEUR ? VENDEZ-LE AUX ENCHERES	27
COMMENT VENDRE AUX ENCHERES.....	27
VOUS VOULEZ EXPOSER DANS UNE GALERIE ?	28
LES EXIGENCES SPECIFIQUES DES GALERIES	28
PRESENTATION DE VOTRE "BOOK"	29
L'APPEL TELEPHONIQUE	29
LA VISITE DIRECTE.....	30
VENEZ VOIR !	31
LA REFERENCE.....	31
A LA DEMANDE DE LA GALERIE	32
MAINTENANT A VOUS !	32
COMMENT RECHERCHER, EVALUER ET VENDRE DE VIEUX OBJETS OU ŒUVRES D'ART ?	32
COMMENT TROUVER DES INFORMATIONS SUR VOS VIEUX TABLEAUX ?	32
TOUT D'ABORD, EST CE UN TABLEAU ORIGINAL, UNE REPRODUCTION OU UNE LITHOGRAPHIE?.....	33
MON TABLEAU EST UNE LITHOGRAPHIE CAR IL Y A UNE SIGNATURE ET UN NUMERO AU BAS.....	34
MON TABLEAU EST UNE IMPRESSION EN NOIR ET BLANC, MAIS N'EST PAS SIGNE. A T IL DE LA VALEUR ? ..	35
MON TABLEAU EST EN FAIT UNE GRAVURE, MAIS QU'EST QU'UNE GRAVURE ?	35
C'EST UNE PEINTURE A L'HUILE	36
CE N'EST PAS UN TIRAGE, COMMENT SAVOIR DE QUI IL EST ?.....	37
CONCLUSION.....	38
BONUS 1	39
MA CHECK LIST DE MON ETAT DES LIEUX A CE JOUR !	39
BONUS 2	40
COMMENT PREPARER ET ENVOYER UN COMMUNIQUE DE PRESSE !	40
COMMENT REDIGER UN COMMUNIQUE DE PRESSE ?	40
COMMENT COMMUNIQUER AVEC LES JOURNALISTES ?	41
L'AUTEUR,.....	45

Introduction

Que vous soyez artiste, brocanteur, antiquaire, amateur d'art, artisan d'art, collectionneur ou luthier, que vous ayez simplement un objet ou une œuvre d'art à vendre, les quelques conseils rassemblés dans cet ebook devraient vous aider à trouver acquéreur pour les objets d'art ou les œuvres que vous souhaitez vendre. En tout cas nous l'espérons !

Vous avez probablement déjà fait des recherches sur internet pour trouver la meilleure façon de vendre vos œuvres d'art et vous ne savez pas trop comment vous y prendre. Les pistes étaillées après us deront.

Il est vrai que vendre une œuvre d'art sur internet n'est pas forcément simple, de nombreuses personnes étant réticentes à acheter sur la toile. De plus une œuvre d'art est souvent choisie sur un coup de cœur et donc la voir et même parfois la toucher est important pour beaucoup d'amateurs d'art.

Malgré cela il se vend tous les jours des centaines et même des milliers d'œuvres d'art sur internet dans le monde. C'est bien pour cela que la plupart des galeries, de nombreux artistes, les sociétés d'expertise et bien d'autres proposent leur travail en ligne.

Que ce soit sur internet, dans les galeries, sur les salons, sur les lieux d'exposition ou dans les salles de vente, beaucoup d'œuvres se vendent tout de même très bien.

Est ce un problème de style, de mode, de période... ou peut être de façon de vendre ?



Toréador – Jean Cocteau - 1963

Il y a de grandes chances que vous ne mettiez pas tous les atouts de votre côté pour vendre vos œuvres.

L'expérience acquise auprès des nombreux artistes côtoyés durant ma carrière ainsi qu'à la gestion du site et de l'association Art des annonces me permet de vous faire profiter de ces quelques astuces.

Des milliers de personnes vendent leurs œuvres chaque mois. Alors pourquoi pas vous !

A qui vous adressez vous ?

Le premier pas à faire pour vendre vos œuvres d'art est de savoir **qui elles vont intéresser**, où trouver les acheteurs potentiels et quels atouts vous avez pour que l'acheteur choisisse vos œuvres.



Définissez qui aime votre art, vos clients potentiels. Vous pouvez avoir beaucoup de talents mais vos œuvres ne seront malheureusement pas aimées par tout le monde.

Qui aime réellement votre travail ? Qui est ce que vous connaissez qui a dit "Super, j'adore réellement ce que vous faites" ? Qu'est ce qu'ont en commun toutes les personnes qui vous ont dit ça ? Quel âge ont elles ? Quels sont leurs centres d'intérêt ? Leur standard de vie ?

Comme dans chaque approche de vente ou de marketing, une réflexion en amont est indispensable. Vous devez vous approprier l'environnement dans lequel vous évoluez.

Faites une pose et commencez par faire un état des lieux. Notez sur la [check list](#) ci jointe où vous en êtes, les points sur lesquels vous avez avancé.

En utilisant cette Check list vous aurez ainsi une photo de la situation actuelle et vous aurez déjà une idée de l'orientation à prendre pour obtenir plus de ventes.

Comment vendre vos objets et œuvres d'art ?

Que vous soyez artiste, brocanteur, antiquaire, artisan d'art ou collectionneur, si vous voulez vendre, vous allez devoir vous investir !

Vous devrez vous montrer, rencontrer d'autres personnes dans le même cas, envoyer des communiqués de presse ou proposer des articles aux journaux locaux **ainsi qu'aux sites spécialisés** pour vous faire connaître et faire voir les objets et œuvres que vous proposez.

Bref, si vous restez chez vous et ne vous montrez pas, il y a peu de chances pour que vous vendiez vos œuvres !

Voici quelques conseils qui devraient vous aider à vendre et en tout cas à faire connaître vos œuvres aux amateurs d'art:

Vous êtes unique, sachez le !

Définissez d'abord ce qui vous rend unique. Même si vous considérez que vous êtes un artiste ou artisan d'art parmi tant d'autres, **il y a des chances que votre travail soit unique.**

Peut être que vous vous servez de produits recyclés ? Peut être aussi que vous adorez faire des pièces vraiment personnalisées ? Ajoutez cela à la connaissance de vos clients ou des amateurs d'art que vous rencontrez dans votre atelier ou lors d'exposition et vous avez déjà deux parties du puzzle.

Bien sûr vous devez avoir votre propre blog qui vous permettra de présenter votre travail, ça c'est le côté "outils de travail" et ça ne vous empêche pas d'utiliser les autres sites d'art spécialisés.

Choisissez vos futurs clients

Vendez aux amateurs qui apprécient votre travail. N'essayez pas de plaire à toutes les personnes qui vous voient lorsque vous exposez ou qui vous connaissent. Une fois que vous savez qui vous allez démarcher et qu'est ce qui vous rend unique, soyez simplement à l'endroit où ces personnes sont.

Mettez votre travail sur les sites internet généralistes mais surtout **soyez sur les sites spécialisés en Art** où vont les personnes qui aiment ce que vous faites. Trouvez le moyen pour que vos œuvres soient présentes sur ces sites.

Sachez que vous ne pouvez pas compter sur un seul lieu d'exposition pour vraiment vendre vos œuvres, sauf exception bien sûr.

Je rencontre régulièrement des artistes et des artisans d'art qui exposent leurs créations chaque année dans un lieu unique. Ils voient donc toujours les mêmes personnes qui passent devant eux.

Il faut être très créatif et renouveler régulièrement ses œuvres pour arriver à vendre dans ces conditions ! C'est un peu comme si une société ne travaillait qu'avec un nombre limité clients sans en chercher d'autres.

L'idéal est donc de mettre vos œuvres en vente de plusieurs manières:

Vendez en direct

Constituez vous une liste de personnes à contacter régulièrement. Ceci est très important et trop d'artistes n'en ont pas.

Une fois que vous commencez à capter leur attention vous devez trouver une façon de ne pas la perdre. Envoyer leur assez régulièrement des informations. L'idéal est de mettre en place une newsletter rattachée à votre site ou blog. Ne les inondez pas d'informations sinon ils se désabonneront de votre lettre d'information mais envoyez leur une fois par mois ou tous les deux mois des informations intéressantes.

Les ventes viennent en général des expositions locales et des contacts que vous avez à travers ces lettres d'information.

Vous pouvez recevoir des clients chez vous, dans votre atelier, dans un lieu loué pour une journée d'exposition vente et sur rendez vous. Vous organisez alors une vente privée.

Ca peut également être chez des non professionnels de l'art (dans les hôtels, dans le hall de sociétés ou autres) mais aussi lors d'une manifestation (brocante, salon d'artisanat, vide atelier d'artiste, marchés etc.).

Il y a souvent un coût, location de salle, d'emplacement ou commission, mais en principe des ventes se réalisent.

Vous aurez ainsi l'occasion de voir et discuter en direct avec les personnes qui viennent et qui apprécient votre travail et ça c'est vraiment enrichissant.



Illustration : vente pendant une exposition

Pour cela **vous devez préparer les outils de communication** (Book, flyers ou cartes de visite) en plus du matériel d'exposition.

De nombreuses personnes passeront, discuteront avec vous. Certaines pourront acheter sur le moment mais sur ces lieux d'exposition **c'est surtout le contact qui est important**. En discutant, si vous sentez les personnes très intéressées mais qui ne se décident pas de suite, invitez les à venir vous voir dans votre atelier. Il y a alors beaucoup plus de chances pour qu'une vente se concrétise alors.

N'exposez pas sans avoir au moins des cartes de visite avec vos coordonnées à donner aux personnes qui s'intéressent à vos œuvres. Je vois trop souvent des artistes sans documentation. C'est une perte de clientèle assurée. Soit elles sont trop réservées pour vous demander vos coordonnées sur le moment soit elles oublient de prendre une carte et le contact est perdu.

Vendez sur internet

Pour sortir de sa région et avoir un rayonnement plus national et même international les nouveaux médias internet sont certainement les meilleurs outils. Que ce soit sur les blogs ou sites spécialisés aussi bien que sur les réseaux sociaux ([Facebook](#), [Twitter](#), [Google+](#), [Pinterest](#) principalement), les informations que vous faites passer sont diffusées mondialement et très rapidement.

N'hésitez pas à **poster des annonces**, sur des sites spécialisés dans l'art comme [Art des annonces](#) car les sont gratuites, mais aussi sur d'autres sites spécialisés.

Plus vous êtes présent sur internet, plus vous êtes vu, connu et plus vous touchez les amateurs d'art. Le rayonnement d'internet est tel maintenant que les frontières

n'existent plus. Probablement pour le meilleur et pour le pire mais au moins le monde entier peut vous voir.

Alors ne vous en privez pas !

J'entends régulièrement des artisans ou des artistes nous dire « *je ne veux pas être sur internet car je ne veux pas que l'on copie mes œuvres* ». Vous vous êtes probablement inspiré d'autres œuvres pour créer les vôtres puis quel honneur d'être copié !

Nous le savons tous, seul un original de [Picasso](#) a la valeur qu'on lui donne les copies restent des copies... Dans les expositions ou salons vous n'allez pas refuser d'être sur la brochure parce que vous ne voulez pas être copié !

Les œuvres d'art se vendent aussi sur les sites internet plus généralistes comme [ebay](#) ou [Leboncoin](#).

Ces sites ne sont pas spécialisés dans l'art et les annonces sont souvent noyées parmi des milliers d'autres. Mais pourquoi pas les utiliser également.

Poster des annonces sur des sites spécialisés augmente fortement la visibilité des œuvres. Ce sont sur ces sites que les amateurs d'art ou collectionneurs, les vrais passionnés viennent voir.

Les sites dédiés à l'art font de la promotion pour vos œuvres en envoyant la plupart du temps de newsletters ou en prenant des espaces publicitaires. Ils font votre promotion, vous vendent.



Bien entendu, comme pour toute utilisation d'internet il faut prendre un minimum de précautions dont la première et la plus importante et de ne pas envoyer l'œuvre d'art sans avoir reçu le paiement. Et si vous recevez une réponse à votre annonce qui vous paraît bizarre, ne répondez pas. Tant que vous ne répondez pas l'internaute n'a pas votre adresse email.

Internet doit servir de promotion, faire connaître l'artiste et ses œuvres, ou faire savoir que vous êtes en possession d'une œuvre à vendre. Si l'éventuel acheteur veut réellement acquérir cette œuvre il y aura toujours un moyen de s'entendre sur une livraison locale ou lors d'un déplacement.

De nombreux sites spécialisés dans l'art peuvent accueillir votre tableau pour le mettre en vente, beaucoup sont payants. A vous donc de choisir, sachant que lorsque vous multipliez les annonces sur différents sites, vous multipliez également les chances que l'œuvre soit un jour vendue.

Soyez sur le net, partout où vous pouvez. Soyez présent sur les sites spécialisés dans l'art, je vous l'ai dit, c'est là où les amateurs viennent voir les nouveautés mais **impliquez vous également dans les forums** de ces sites, présentez votre travail. Envoyez vos dates d'exposition, les nouvelles informations sur vous, faites connaître vos nouvelles créations aux responsables des sites. Avec un peu de chance ils les publieront.

Profitez de cette communication gratuite qui est bonne pour votre notoriété et qui peut aider à vendre.

Mettez votre travail sur les sites de vente en ligne pour attirer les amateurs d'art qui n'ont pas le temps, ni les moyens de venir vous voir

Je ne parle pas là que d'œuvres d'artistes, ceci est aussi valable pour les personnes qui veulent vendre un objet d'art ou de collection.

Sur les sites d'enchères en ligne, si vous les utilisez, n'oubliez pas de fixer un prix de réserve afin d'assurer une vente décente pour le temps passé sur votre œuvre et les coûts qui s'y rapportent.

Plus vous aurez d'œuvres en ligne, mieux ce sera puisque vous serez encore plus visible mais attention **vos annonces doivent être bien préparées**, sinon vous perdez beaucoup n croche lients.

Voir ci dessous [« votre annonce est elle ttrayante ? »](#)

Les sites comme [Art des annonces](#) ne vous garantissent pas la vente de vos objets ou œuvres d'art mais vous garantissent que **vos œuvres seront vues** par des centaines de personnes.

Rejoignez des communautés d'artistes, montrez vous !

Inscrivez vous dans les associations de musées ou dans les groupes d'artistes pour rencontrer d'autres artistes aussi bien que des acheteurs potentiels.

Allez voir les salons, les expositions, les brocanteurs, les antiquaires, discutez avec les exposants.

Les sites communautaires, comme [Artisteo](#), sont maintenant nombreux, inscrivez vous et rticipez. Demandez à d'autres artistes comment ils vendent leurs œuvres.

Elaborez un petit plan marketing

Réfléchissez à un plan d'actions commerciales pour vous aider à vous faire connaître et vendre votre ravail.

Les thèmes à travailler :

Le **Produit**, vous le connaissez, vous savez en parler

Le **Prix**, vous savez le fixer, voir aussi ci dessous [« A quel prix vendre ses œuvres ? »](#)

La **Promotion**, vous allez y travailler si elle n'est pas encore prête. Voir ci dessous [« Quelques nseils ur éparer tre vre e éésentation Book »](#)

La **Place**, ce sont les lieux où vous allez exposer. Partout où vos objets ou vos œuvres uvent tres us. ous en saurez plus avant la fin de ce guide pratique.

Vous voyez avec ces 4 mots clé vous faites e our de la question !

Communiquez dans la presse et sur internet

Faites vous connaître. Envoyez des communiqués de presse ou proposez des articles aux journaux locaux **ainsi qu'aux sites spécialisés dans l'art** pour qu'on parle de vous et qu'on voit votre travail.

Prenez contact avec le représentant local du journal de votre région. Il ou elle doit vous connaître parfaitement. Les articles qui parlent de vous et comportent des photographies de votre travail attirent l'attention des clients potentiels.

Créez votre propre blog ou site internet

Si ce n'est déjà fait, **créez votre site internet** pour présenter vos œuvres aux internautes amateurs d'art. Vous n'avez pas besoin d'être un spécialiste de l'informatique, ni de créer un site de vente en ligne. Un simple Blog sur lequel vous pouvez parler de vous et de vos œuvres suffit.



Vous pouvez ainsi **communiquer à travers un forum** et même récupérer les adresses email des personnes qui s'inscrivent à votre newsletter.

Ensuite **envoyez leur des courriers électroniques trimestriels** ou bimensuels mettant en vedette vos nouveaux travaux, vos lieux d'exposition, vos avis sur l'art et d'autres informations.

Invitez les à venir vous voir dans votre atelier ou lors d'une prochaine exposition. Le contact sera ainsi déjà établi.

Vous pouvez aussi gagner du temps et de l'argent en envoyant simplement des e mails mis à jour avec des liens vers de nouvelles œuvres que vous présentez sur votre site Web.

Incluez également dans vos newsletters et sur votre site, ou blog, des liens vers les articles ou sites qui vous ont mis en avant, qui parlent de vous ou montrent les œuvres que vous avez mises à la vente.

Exposez-vous ! Participez à des concours

Entrer en compétition est toujours motivant.

Que vous présentiez des tableaux, des sculptures, des photographies d'art, de jolis bijoux ou un mécanisme d'horlogerie que vous venez de remettre en état, toutes les récompenses gagnées lors de concours sont très valorisantes pour votre renommée.

N'ayez pas peur de **mettre en avant les prix que vous aurez pu recevoir** pour votre travail. Je vous encourage à **participer à des concours !**

Inscrivez vous régulièrement aux expositions locales ou nationales et même plus tard internationales, louer un stand, c'est dans ces expositions ponctuelles que les œuvres sont le plus vendues et les meilleurs contacts faits.

De plus vous êtes en contact direct avec les visiteurs et vous avez ainsi une bonne idée de l'appréciation qu'ils portent à vos œuvres.

Pensez également aux lieux non dédiés à l'art

Demandez aux gérants d'hôtels, aux responsables des halls de sociétés, de boutiques, de restaurants, des salons de coiffure par exemple s'ils accepteraient d'exposer vos œuvres.

Beaucoup exposeront volontiers vos tableaux sur leurs murs. Ceci leur permet de changer régulièrement la décoration et cela crée une animation peu chère pour eux.



Selon le cas, par exemple dans les hôtels ou les halls de grosses sociétés, vous pouvez exposer vos œuvres et être présent(e). Cela peut être pour une journée seulement. Si l'hôtel (ou la société) est bien choisi et à la bonne période vous pouvez rencontrer beaucoup de visiteurs et là de nombreuses opportunités se créent.

Lors de votre entretien préliminaire avec le responsable vous aurez à discuter d'une petite commission sur les ventes éventuelles. Il faut voir également avec lui le problème de la sécurité des œuvres exposées et donc de l'assurance.

Exposez dans des galeries d'art

Vous pouvez vendre votre œuvre dans une galerie *en ligne*. Les sites internet de galeries en ligne sont nombreux, vous n'avez que l'embarras du choix.

Mais vous pouvez également **vendre votre tableau dans une galerie traditionnelle** ayantignon une.

Il faut simplement trouver la galerie qui acceptera d'exposer vos œuvres. Bien entendu que ce soit en ligne ou en galerie traditionnelle une commission vous sera demandée. Il faut vous renseigner directement pour bien connaître les conditions d'exposition et de ventes.

Cherchez des galeries d'art qui présentent des œuvres d'art complémentaires aux vôtres. Offrez de la diversité, une galerie qui expose une quinzaine d'artistes dont les toiles montrent le bord de mer n'en recherche pas forcément un autre avec le même thème...

Vendez vous au propriétaire de la galerie ! Soyez capable de **parler de votre travail de manière convaincante et claire**. Y compris de la façon dont vous travaillez, comment vos œuvres sont créées et pourquoi elles plairont à la clientèle. Voir ci dessous les [« Vous voulez poser dans une galerie ? »](#)



Soyez préparé à accepter des frais importants pour être présents dans de belles galeries. Certaines prennent jusqu'à 50 % de commission sur le prix affiché.

Dans la mesure du possible obtenez une exposition spécialement pour vous, pour votre travail dans des galeries où vous posez, avec un vernissage d'ouverture.

Envoyez les invitations aux clients, amis, famille et d'autres membres de la communauté des arts. **La galerie a son fichier de personnes à inviter mais vous devez également avoir le votre.**

Vendez aux Enchères

Les ventes aux enchères ne concernent pas seulement les œuvres anciennes vendues dans les grandes salles connues. Tout, ou presque se vend dans des salles de vente.

Nous vous encourageons à aller voir la salle des ventes de votre ville ou la plus proche. Si vous n'êtes pas familier des lieux vous y découvrirez un monde passionnant et des experts qui sont toujours prêts à répondre à vos questions.

Vous trouverez plus d'informations sur les ventes aux enchères dans le paragraphe ci dessous [« Un tableau a-t-il une certaine valeur ? vendez le aux enchères ? »](#)

Maintenant que vous avez quelques pistes de travail, voici quelques informations supplémentaires qui pourraient vous intéresser :

A quel prix vendre ses œuvres ? Un exercice difficile

Si vous surévaluer votre travail vous risquez de ne rien vendre, à contrario, si vous le sous estimez vous pourriez ne pas rentrer dans vos frais, ou vos œuvres peuvent ne pas être cquises eurs juste leurs.

Alors comment faire ?

D'abord regardez dans votre ville ou région ce qui est demandé par d'autres artistes pour des œuvres dans le même registre que les vôtres. Il faut savoir que les prix seront plus élevés dans les grandes villes comme Paris, Bruxelles, Montréal ou Berne que dans les tites illes u illages. **Le prix doit correspondre à votre marché local.**

Si vous voulez vendre dans une galerie d'art, rappelez vous que le prix que vous voyez en galerie n'est pas ce que l'artiste reçoit, la galerie facture, naturellement, une commission. érifiez avec le galeriste le montant des frais qu'il charge.

Une des méthodes données est de calculer combien vous avez dépensé pour créer l'œuvre sans compter le temps passé. Il ne s'agit pas que du matériel, comme pour un tableau, la toile, la peinture ou les pinceaux mais aussi d'autres charges comme l'électricité, la location du studio ou du modèle.

Gardez une trace du temps passé pour créer cette œuvre, le temps c'est aussi de l'argent même si au départ vous ne gagnerez pas grand chose là dessus.

Ajoutez un peu de votre expérience et de votre réputation. Si vous démarrez dans votre art, vous ne pouvez, bien sûr, pas attendre autant qu'un artiste avec une réputation déjà bien tablie.

Si vous avez dépensez de l'argent en promotion pour une exposition ou une journée d'atelier ouvert au public, ajoutez ce montant au prix des œuvres.

Totalisez toutes ces données afin d'avoir un prix final et comparez le au prix du marché d'art local. Est ce réaliste par rapport au marché et à votre réputation ? Vous pourrez toujours augmentez vos prix dans le futur. Attention une estimation trop forte pour les artistes en début de carrière est forcément un frein à la vente.

Bon, ceci s'applique probablement plus aux professionnels mais en tous cas voici **10 points importants** qu'il est on de suivre:

Au début vendez avec des prix assez bas.

Affichez vos prix (Ayez une politique de prix transparente pour tout le monde).

Augmentez les prix régulièrement mais légèrement.

Ensuite ne baissez plus vos prix.

Ayez le même prix pour tout le monde (pas un prix pour Eve et un pour Adam).

Ne vendez pas par talent ou le temps pris mais par rapport aux dimensions.

Ne pratiquez pas de discount sur vos œuvres.

Gardez le contrôle des ventes et reportez vos agents réalistes.

Négociez de préférence avec les amateurs d'art qui vous suivent.

Vous finirez plus cher.

Et pour des œuvres ou objets achetés ?

Si vous vendez une œuvre d'art achetée dans une brocante ou chez un antiquaire ou bien dont vous avez hérité, il y a plusieurs solutions pour estimer le prix de vente (ou de revente).

• Consultez un expert sur internet. De nombreux sites comme [Expertissim](https://www.expertissim.com) proposent ces services en ligne. Vous n'avez même pas à vous déplacer.

• Prenez rendez vous avec un expert, par exemple d'une des salles de vente de votre ville. Il vous renseignera en vous montrant l'objet et vous donnera une fourchette de prix raisonnable.

• Surfez sur internet. Recherchez de nombreux objets ou œuvres similaires, si possible du même artiste. Notez les prix qui en sont demandés et faites vous une idée. Attention basez vous sur un nombre assez important d'annonces. Vérifiez les dates et si l'annonce ou l'information est fiable. Si le prix de l'œuvre ou de l'objet d'art que vous souhaitez vendre est élevé nous vous conseillons fortement de rencontrer un expert.



A savoir également

C'est un fait, la peinture à l'huile est encore généralement plus valorisée que d'autres techniques picturales.

Ne sous-estimez pas le prix de vos œuvres. Si vous ne leur donnez pas une certaine valeur pourquoi un acheteur potentiel le ferait-il ?

Ne mettez en vente que vos meilleures œuvres. Tout d'abord parce que vous essayez d'établir votre réputation et plus tard pour la maintenir au meilleur niveau.

Si vous voulez inclure une œuvre dans une exposition car c'est l'une de vos meilleures mais ne voulez pas vraiment la vendre, **ne soyez pas tenté de mettre un prix élevé.** Que serez-vous si elle reste vendue ? Attention cela arrive plus souvent que l'on croie !

Il est également risqué de brader, lors d'une vente privée, le prix d'une œuvre proposée dans une galerie. Vous aurez des chances de vous mettre à dos le galeriste qui a exposé votre travail. Restez fairplay !

L'art se vend grâce à l'émotion qu'il peut susciter et à l'affection qu'un client peut avoir pour un peintre. Hors spéculation, que je ne souhaite pas évoquer ici, il existe en vente publique quelques règles, une toile d'un mètre d'un artiste vivant contemporain, dont la réputation n'est pas complètement établie devrait se vendre entre 150 et 300 euros.

Mais, heureusement, chacun est libre et en art, il y a souvent des exceptions !

Votre annonce est-elle « vendeuse » ?

Beaucoup trop d'annonces mises en ligne ne sont pas "vendeuses". **Pensez que vos petites annonces seront référencées par les moteurs de recherche sur internet**, c'est le plus important.



Lisez les quelques conseils que nous donnons à ce sujet ci dessous, ils vous aideront à rédiger correctement vos petites annonces.

Quelques pistes pour rendre votre annonce plus attrayante

Tout d'abord prenez votre temps. **Soignez votre annonce**, elle est votre premier contact avec les amateurs d'art.

Gardez en tête qu'une fois postée sur les sites comme [Art des annonces](#) votre annonce sera référencée dans les principaux moteurs de recherche. C'est très important pour que de nombreuses personnes la voient et ainsi multiplier les chances de vendre vos objets ou œuvres d'art.

Sur un site internet ce qui est primordial ce ne sont pas uniquement les visiteurs, même s'ils sont très nombreux et fidèles, c'est également le référencement sur les moteurs de recherche. C'est ce référencement qui fera qu'un amateur d'art, même s'il ne connaît pas le site, trouvera votre annonce.

Il faut donc que les informations précises «récupérées» par les moteurs de recherche, comme **Google, Yahoo** ou autres, soient présentes dans votre annonce. C'est grâce à ces informations que votre annonce pourra être trouvée parmi les millions d'informations véhiculées sur internet.

Sur [Art des annonces](#) vous avez de la place, surtout dans la description, alors n'hésitez pas à y mettre toutes les informations nécessaires !

Votre localisation

Pour un éventuel acheteur, il est important de savoir dans quelle région ou dans quel pays se situe l'objet ou l'œuvre qu'il souhaite acquérir. De plus, dans la mesure du possible, il est bien sûr souhaitable que le vendeur et l'acheteur se rencontrent pour assurer la vente... et donc le paiement !

Soignez le titre de l'annonce

Ecrivez en minuscule, sinon votre annonce passera mal sur les bannières défilantes ainsi que sur les réseaux sociaux utilisés.

Donnez les bonnes informations dans le titre. Votre objet ou œuvre d'art sera plus attractif pour les acheteurs et sera plus facile à trouver.

Le nom de l'artiste, le titre de l'objet ou œuvre d'art, la date de création, une courte explication sont indispensables.

Voici deux exemples :

- Pour une toile : *Christian Bros, Le Paradis perdu, 2011, Huile sur toile.*
- Pour un objet d'art : *Masque Lubas, Origine Shaba, 1979, 30 cm, Belle patine.*



La description de votre annonce

Sur [Art des annonces](#), vous avez beaucoup de place pour votre texte alors donnez tous les renseignements nécessaires à la vente de votre objet ou œuvre d'art.

Indiquez les éléments déterminants de votre annonce, ceux qui peuvent **influencer la décision d'un amateur d'art**. Pensez encore et toujours au référencement dans les moteurs de recherche.

Par exemple pour une toile, la technique utilisée, le nom de l'auteur, la date de la création et tout autre détail qui rend votre objet unique. Si elle est encadrée ou non etc.

N'hésitez pas à utiliser, **si vous le pensez vraiment**, des mots valorisant votre objet ou œuvre d'art comme "*Très beau masque africain*". "*Belle statue bronze*". "*Magnifique vase Art déco*". "*Rare document...*"

N'oubliez pas de préciser les conditions de vente et plus particulièrement les moyens de paiement que vous acceptez, les frais de livraison et d'emballage.

Une description bien rédigée doit être détaillée pour intéresser l'acheteur et répondre aux questions qu'il peut se poser. Cela l'aidera à se faire une meilleure idée de votre objet ou œuvre d'art.



Pour éviter d'être l'objet de spam (emails et publicités indésirables), **évitez les sites qui font apparaître votre adresse email en clair.**

Nous vous conseillons de ne pas la faire figurer dans le texte de votre annonce.

Pour vous contacter, les utilisateurs du site peuvent utiliser le formulaire de réponse qui est mis à leur disposition, dans lequel votre adresse n'est pas visible. Tant que vous ne répondez pas

Ajoutez des photos !

Une annonce avec photos est beaucoup plus regardée qu'une annonce sans photo. Sur [Art des annonces](#) la première photo est gratuite sur toutes les annonces que vous posterez sur le site.

De plus lors de la première annonce 10 crédits vous sont offerts... ne vous en privez pas, utilisez les!

Soignez vos photos, **faites des photos précises, claires** qui montrent bien tous les détails de votre objet ou œuvre d'art.

Prenez-les sur fond neutre, personne n'a besoin de voir votre cuisine ou salle à manger en arrière plan ! Et pour les tableaux, **sans flash mais en lumière naturelle cela évite les reflets.**

Voir le paragraphe ci dessous « [De belles photos pour présenter votre travail et vendre vos œuvres](#) ». Prenez une photo générale de votre objet ou œuvre d'art ce sera la photo principale.

Puis, selon le cas, **rajoutez les photos de détails.**

Voici deux exemples de photos que vous pouvez ajouter :

. Pour un tableau : la signature et/ou un coin du cadre pour montrer sa qualité, un détail du tableau qui montre la précision de l'œuvre.

. Pour un objet : un détail de l'œuvre, une photo de face et une de l'arrière ou de côté, une signature.

Les acheteurs pourront ainsi se faire une meilleure idée de l'œuvre ou de l'objet d'art.

La valorisation de l'annonce

Pour une mise en avant de votre annonce, choisissez :

- La « ***mise en évidence*** » sur fond de couleur pour être mieux vu
- la « ***mise en haut de page*** » votre annonce remonte ainsi en haut de la page principale ainsi que sur la page de la catégorie choisie.
- la ***mise "à la une"*** comme une bannière sur la droite du site. Tout le monde la voit.

... Et faites attention aux fautes d'orthographe, trop de fautes peut porter préjudice.

De belles photos pour présenter votre travail et vendre vos œuvres ?

Vous voulez faire un joli book pour présenter vos œuvres ou vous voulez simplement mettre une annonce en ligne pour vendre cette statuette retrouvée dans le grenier ?

Vous devez avoir de belles photos qui représenteront bien votre objet d'art.

Un peu de professionnalisme

Bien sûr le mieux est de faire appel à un photographe professionnel, vous aurez ainsi la garantie d'un travail bien fait, mais cela est relativement cher. Une journée de prise de vue coûte environ 700 euros...



Dans le cas où vos œuvres ont une valeur certaine ou si le book que vous préparez est important pour la présentation de votre travail, nous vous conseillons de ne pas hésiter et d'utiliser les services d'un photographe professionnel.

Dans le cas contraire et si vous n'avez pas le matériel ... et le savoir faire nécessaire, vous avez certainement dans votre entourage un ami qui a du bon matériel et dont la photo est une passion. Il sera certainement ravi de vous aider.

Un minimum de matériel

Que vous fassiez les photos vous même ou qu'un ami les fasse pour vous, il vous faut prévoir:

- un trépied pour que la photo soit claire,



- un bon appareil avec une focale d'environ 50 mm (d'un angle assez grand pour ne pas avoir à prendre trop de recul, ni trop grand pour ne pas déformer l'œuvre),
- la prise de photos doit être faite de préférence en lumière naturelle, en extérieur, ce qui devrait rendre les couleurs plus fidèles à l'original.
- si vous ne pouvez pas prendre les photos en extérieur prévoyez des éclairages de chaque côté à 45°. Pas de flash direct pour ne pas avoir de reflets. Il faut une lumière uniforme

Les 4 points les plus importants à surveiller

- **avoir le tableau bien cadré**, (pas incliné ce qui donnerait une forme de trapèze à la toile),
- **ne pas voir d'autres sujets indésirables qui polluent votre photo**. Attention à l'arrière plan, à moins que ce ne soit un choix délibéré il doit être neutre,
- **le rendu des couleurs doit être fidèle à l'œuvre**,
- **la photo doit être claire**,

Votre logiciel de retouche préféré vous permettra de vérifier les points ci dessus et notamment que **la photo reste claire une fois agrandie**.

Comment les photos de vos œuvres seront trouvées sur internet.

Vous n'exposeriez jamais vos œuvres quelque part sans dire à personne où elles sont. N'est ce pas ?

Si vous avez un site, un blog ou si vous utilisez un site de petites annonces où vous présentez votre travail c'est peut être ce que vous faites !

De nombreux artistes ont l'impression qu'il suffit de mettre les photos de leurs œuvres en ligne et qu'ainsi tout le monde les verra. On est bien loin de la réalité. Il faut faire savoir aux amateurs d'art que vos œuvres sont là, visibles sur tel Blog ou tel site.

Une des façons les plus sûres pour aider les gens à trouver vos photos est de s'assurer en premier que les moteurs de recherches les trouveront.

Google en premier, Yahoo et tous les autres moteurs de recherche ne lisent pas bien les images (même s'il y a des progrès de faits sur ce point).

C'est plutôt difficile pour les systèmes informatiques de trouver une image, de savoir de quoi il s'agit, quelle émotion il en ressort ou surtout de savoir sur quel type de toile elle est.

Mais nous pouvons aider l'informatique sur les points que nous reprenons ci après !

Voilà trois façons d'aider les moteurs de recherche à trouver vos œuvres et donc de les montrer aux personnes qui pourraient les acheter.

Améliorez les titres de vos photos



Quand vous prenez des photos ou scannez des images, les appareils numériques et les scanners ne les enregistrent pas avec un titre. Vous avez alors des noms de photos comme [DSC_1164.jpeg](#) ou quelque chose comme ça.

Quand vous « montez » une image sur un site, cette photo reçoit sa propre adresse numérique (son URL).

Celle ci peut alors être http://artdesannonces.com/photo_DSC_1164.jpg si vous la laissez avec son nom par défaut.

Le problème, avec ce type d'URL, est que les moteurs de recherche lisent cette adresse pour avoir « e quoi « parle » l'image.

Ce que je fais c'est changer le nom de l'image par [masque africain origine shaba.jpg](#).

Comme cela les moteurs de recherche lisent http://artdesannonces.com/wp-content/uploads/2013/03/masque_africain_origine_shaba.jpg.

Dans cette URL il y a maintenant un texte qu'un moteur de recherche peut lire.

Les attributs *Alt* de la photo



Chela – Tony Quimbel

Les attributs *Alt* (Alternatifs) ont été développés pour aider les navigateurs web comme **Firefox** ou **Internet Explorer** à afficher des textes de substitutions aux images dans les cas où ils ne peuvent pas afficher les images elles mêmes.

Les moteurs de recherche utilisent maintenant les attributs *Alt* comme une autre façon de savoir ce que l'image représente et la pertinence de l'utiliser lors d'une recherche.

Les attributs *Alt* de vos photos devraient donc être **simples** et **descriptifs**.

Pour la photo ci dessous j'ai donné comme attributs « *Tibet, la méditation du Chela* ». Il n'est pas nécessaire de reprendre des informations du titre de la photo puisque c'est du texte et donc les moteurs de recherche le comprennent.

Vous pouvez voir les attributs *Alt* sur les photos par un click droit sur l'image et en choisissant *propriété de l'image* » ou « *lire les informations* ».

Alors n'oubliez pas de compléter les informations comprises dans vos photos, elles sont importantes pour que les moteurs de recherche les trouvent.

Si ce sujet vous intéresse et vous voulez en savoir plus sur ces attributs *Alt* et avoir tous les détails, visitez [cette page du site Pompage](#).

Les descriptions sur la page de la photo



La Gitane – Daniel Bargeton

Les moteurs de recherche comme Google ont également indiqué qu'ils utilisent les éléments présents sur la page où est la photo pour savoir ce qu'elle représente.

C'est un plus pour vous, ça veut dire que raconter l'histoire de votre tableau, sculpture ou autre œuvre d'art us de à vendre.

Vous pouvez écrire un paragraphe complet à propos de votre œuvre sur la page où se trouve votre art, en parlant de votre inspiration pour l'image, qu'est ce qu'elle signifie et comment elle a été créée.

La Gitane de Daniel Bargeton pourrait avoir un texte comme celui là préparé par lui même (notez que je l'écris simplement pour l'exemple et que Daniel Bargeton est libre de me corriger, bien sûr) :

« Sortie d'**Andalousie**, cette **danseuse de flamenco** embrase toute l'atmosphère du lieu. L'ambiance de cette scène peinte nous transporte vers les soirées chaudes du **sud de l'Espagne**. J'ai peint cette **Gitane à l'huile, au couteau et à la brosse** sur un **châssis entoilé Lin de qualité**. Les couleurs chaudes, des rouges et des bruns, ajoutent une ambiance particulière aux mouvements que j'ai voulu donner à ce tableau ».

Tous les mots en gras sont les mots clé que les gens tapent quand ils cherchent la photo d'une gitane ou danseuse de flamenco, dans l'exemple présent. Par contre ne mettez pas en gras tout le paragraphe car les moteurs de recherche ne le prendraient pas en compte.

Recap

Vous ne pouvez pas simplement mettre les photos de vos œuvres sur des sites internet et espérer que quelqu'un verra votre travail. Si vous voulez vraiment vendre vos œuvres en ligne il vous vaudra y travailler un peu. Nommez vos photos, modifiez les attributs de

vos images et décrivez vos œuvres sur les sites. Les moteurs de recherche vous trouveront alors des gens qui aiment ce que vous faites... et donc peut être des acheteurs!

Quelques conseils pour préparer votre livre de présentation (Book).

Restez à jour

L'art évolue en permanence, se développant constamment pour suivre les tendances sociales, l'évolution du monde, les nouvelles technologies et même plus.

En tant qu'artistes vous devez suivre ces évolutions. Pas seulement parce que **vosre passion nécessite des idées nouvelles** et beaucoup d'inspiration. Mais aussi parce que les œuvres que nous pensions, il y a un temps avoir finies, paraissent maintenant terriblement incomplètes. C'est la vie des créatifs !

Dans la tête d'un artiste, il y a toujours possibilité d'amélioration. Une place pour plus d'expérimentation, pour faire prospérer des idées.

Compte tenu de ces réalités, **vosre book devrait être en évolution permanente**. Ce n'est pas parce que vous avez choisi une fois votre meilleur travail pour l'inclure dans votre book que vous ne devriez plus le toucher, le modifier. Que vous n'allez jamais créer quelque chose de mieux !

Tout au long de votre carrière d'artiste vous acquerez de nouvelles compétences. Vous rencontrerez probablement des nouveaux concepts que vous aimerez vous approprier. Avec l'expérience acquise en tant qu'artiste, l'art que vous avez créé plus tôt dans votre carrière n'est peut être plus en adéquation avec votre travail d'aujourd'hui.

Ceci veut dire qu'**une mise à jour est indispensable!** Ah oui !, cela semble beaucoup de travail, mais ça en vaut le coup.

Mais attention: Lors de la mise à jour de votre book, vous pourriez être tenté d'y glisser vos vieilles œuvres n'en faites rien, elles n'ont plus leur place là !

Au lieu de cela, profitez de cette opportunité pour voir où vous et votre art, en êtes, pensez aux nouveaux talents que vous avez découverts en vous depuis la dernière mise à jour de votre book et où vous voudriez que votre art en soit dans le futur.

Comment mettre à jour votre book ? Comment savoir si une mise à jour est nécessaire?

Voilà quelques idées pour vous aider:

Ayez une copie informatique et une copie imprimée de votre book

Comme artiste, votre job en dehors de la création, est de faire en sorte que votre art soit accessible aux galeristes, aux amateurs d'art, aux personnes qui vous suivent et donc aux futurs acheteurs.

En gardant cela en tête, on s'aperçoit que la plupart des galeristes et clients potentiels trouvent plus facile d'aller voir un book en ligne.

Vous devez donc avoir un book imprimé mais vous devez également en avoir un en version informatique (sur votre ordinateur, un CD ou sur une clé USB par exemple).

Montrer votre travail en prenant des photos nettes de vos tableaux, dessins ou sculptures ; bref des œuvres que vous proposez.

La qualité de votre travail a beau être superbe, si les photos que vous prenez sont floues, mal exposées ou d'une impression médiocre, votre travail ne semblera pas très professionnel.

Il est également important que ces photos, représentant votre travail, soient en bon ordre. Spécialement si vos domaines d'activités sont nombreux.

Gardez votre book toujours à jour

Vous avez grandi comme artiste. Le temps qui est passé entre votre première œuvre et votre dernière vous a vu beaucoup évoluer. Vous vous trompez si vous pensez qu'un professionnel ou un amateur d'art ne s'en apercevra pas.



Vous savez ce qu'ils en disent ? "*La pratique fait la perfection*" et la perfection ne peut pas être atteinte en une journée. C'est le travail d'une vie.

Montrer votre maîtrise actuelle pour convaincre. Les œuvres qui montrent vos compétences de maintenant doivent être mises en avant.

Ceci veut dire qu'il vaut mieux effacer ce qui a été fait dans le passé pour montrer un nouveau concept ou rénover complètement votre book. En produire un qui montrera vos talents actuels.

Gardez votre book et votre CV cohérent

En tant que créatifs, le CV est juste là pour dire ce que vous avez fait. Votre Book est la preuve que vous avez du talent et que vous avez réalisé ce que vous dites.

Si vous **avez participez à des expositions**, si **vous avez fait des stages** dans le domaine de l'art ou travaillé, même comme bénévole, **inscrivez-le dans votre CV** et si vous avez des photos de ces étapes mettez les dans votre Book.

Votre book est votre ambassadeur

Vous avez de nombreuses sources d'inspiration. Cela peut être un contact avec une forme d'art spécifique, un artiste ou une couleur.

Vous avez peut être débuté avec des dessins au crayon mais maintenant vous êtes passé à la peinture à l'huile ou même à l'illustration informatique.

Quelle que soit la situation, vos Book et CV doivent être à jour et vous représenter réellement.

Ceci demande beaucoup d'implication. La plus grosse difficulté est d'accepter l'évolution qu'il y a eu dans le temps et que certains travaux ne font plus partie de votre Art actuel. Vous pourriez penser que c'est rare qu'un artiste évolue autant et change d'inspiration aussi souvent mais cela arrive. Vous en êtes la preuve et soyez rassuré, vous n'êtes pas le seul.

Gardez en tête la façon dont vous voyez votre art et ce qu'il créé. **Mettre à jour vos Book et CV est une bonne façon de vous connaître vous-même.**

Editer vos Book et CV peut demander l'aide d'autres personnes

N'ayez pas peur de montrer vos book et CV à d'autres personnes, des collègues, ou d'autres artistes.

Rejoindre des communautés d'artistes comme [Artisteo](#) vous permet d'être en contact avec d'autres artistes, bien sûr, mais aussi avec des professionnels de l'art et vous donne donc la possibilité d'avoir des feedbacks, des critiques (constructives) et d'autres regards.

Parce qu'il est souvent difficile d'être objectif par rapport à son propre travail, le fait **d'avoir quelqu'un d'autre qui vous conseille est une aide primordiale**. Etre ouvert aux suggestions est capital et peut finalement vous aider à améliorer votre book et votre CV.

Cela vous aide à trouver des idées nouvelles et pourquoi pas de nouveaux supports.

Continuez à créer, ne vous contentez pas de vos anciennes œuvres

Ne restez pas simplement là avec le travail que vous avez réalisé, continuez à dessiner, peindre et à créer. Ce n'est pas parce que c'est déjà dans votre book que ça doit y rester. Vous pouvez toujours rajouter des éléments aussi bien qu'en changer.

Bien sûr, arriver avec de nouveaux éléments prend du temps et beaucoup de travail. Mais cela montre que vous êtes déterminé et sérieux dans le travail aussi bien que passionné. **Vous avez de nouvelles compétences, montrez-les !** Et si vous voulez vendre, sortez de votre zone de confort créez

Ne montrez que les œuvres finies dans votre book



Soyez créatif mais ne vous précipitez pas pour finir une œuvre simplement pour l'inclure dans le book que vous allez présenter.

Les books sont prévus pour montrer le meilleur du meilleur. Les pièces les plus importantes doivent être montrées en premier aux galeristes et aux amateurs d'art.

Vous le savez, on ne fait jamais deux fois une bonne première impression !

Ne montrez que les œuvres en rapport avec la prospection que vous faites

Dans l'art vous pouvez aller dans de nombreuses directions. Soyez sûr d'avoir dans votre book un grand choix d'œuvres mais si vous postulez pour une présentation bien particulière, une exposition à thème par exemple, vous devez **présenter les œuvres en adéquation avec cette exposition.**

Par exemple si vous postulez sur un appel à candidature avec un thème très précis, ce qui est souvent le cas, ne présentez qu'un book qui est en rapport avec le thème demandé.

Si vous n'avez pas assez d'œuvres dans ce domaine et si vous voulez vraiment participer, créez-en !

Le Book c'est vous, c'est votre âme

Garder son book à jour est vital pour un artiste. Cela montre que vous êtes sérieux et impliqué et que vous accordez une attention particulière aux tendances de l'art.

Les sociétés se remettent en question en permanence de façon à mettre leurs produits et services au goût du jour, montrer de nouvelles idées et essayer de se démarquer de la concurrence. Vous devez faire de même pour mettre en valeur votre meilleur travail et vous même.

Alors, réévaluez un book à jour et soyez fier de le montrer

Un tableau d'une certaine valeur ? Vendez-le aux enchères

Vous avez hérité d'un tableau de votre grand-père et mère.

Vous avez acheté cette œuvre dans un vide grenier ou une brocante et vous êtes persuadé qu'elle a une certaine valeur ?

Vous pouvez la faire expertiser sur certains sites en ligne ou par les experts des salles de vente.

Comment vendre aux enchères



Les salles de vente aux enchères les plus connues au monde sont probablement [Sotheby's](#) and [Christies](#) et [Bonhams](#). Mais vous en connaissez certainement beaucoup d'autres à côté de ces grands frères du monde des enchères. De nombreuses salles des ventes dans votre région ou votre ville seront très heureuses d'accueillir votre trésor.

Vous avez fait une recherche sur votre tableau et vous êtes persuadé qu'il a une certaine valeur, ou une valeur certaine !, vous devez alors vous rapprocher d'une salle de vente.

Cherchez sur internet **en tapant « salle des ventes » ou « Hôtel des ventes » + le nom de votre ville** ou de la ville la plus proche. Si vous vivez dans une grande ville, il y a des chances que vous ayez un grand choix de salles.

Vérifier si la salle des ventes est spécialisée dans les tableaux. Si la réponse est non, il est bon de chercher une salle ayant un expert en art connaissant les peintures, par exemple.

Si vous avez en main un tableau d'une certaine valeur, les commissaires priseurs experts seront très heureux de vous aider à en tirer le meilleur prix. Les salles de ventes prennent une commission sur le prix de vente, il faut vous renseigner sur l'ensemble des modalités.

L'étude, en accord avec le propriétaire de l'œuvre, fixera le prix de réserve au dessous duquel la vente ne se conclura pas, ainsi que le prix initial. L'étude se rémunérera sur le prix d'adjudication.

Nous vous encourageons à aller dans les salles de vente, même si ce n'est que pour vous familiariser avec ces lieux, vous y rencontrerez des personnes passionnées et la plupart du temps l'ambiance est très enante.

Vous voulez exposer dans une galerie ?



Choisissez une galerie "vivante". Une galerie qui accueille beaucoup de visiteurs avec des professionnels compétents. Ils vous aideront à promouvoir vos œuvres et vous donneront leurs conseils d'experts. La commission que vous devrez leur régler est souvent largement payée par les ventes et par la prestation de service.



Alors soyez prêt à contacter le galeriste que vous avez choisi à vous vendre!

Il y a plusieurs façons pour contacter une galerie d'art afin d'y exposer vos œuvres. Nous vous proposons dessous plusieurs approches...

Les exigences spécifiques des galeries

Cherchez sur le site de la galerie que vous avez choisie qu'elles sont les conditions d'exposition.

- S'il y a des conditions bien précises, suivez les, bien entendu.
- Certaines galeries de très bon niveau affichent des conditions et une politique sélective très rigoureuses.
- Habituellement les artistes doivent présenter leur travail au galeriste avant d'être acceptés.
- Ce qui veut dire que vous devez avoir un "Book" de présentation de votre travail bien préparé. Voir [« Quelques conseils pour préparer votre livre de présentation \(Book\) »](#).
- Gardez en tête que chaque semaine les bonnes galeries sont submergées de demandes d'artistes et de présentations.

Si vous ne trouvez pas les conditions d'exposition sur le site de la galerie, alors prenez une des suggestions ci-dessous.

Présentation de votre "Book"

Si vous choisissez d'envoyer votre "book" directement à la galerie que vous avez choisie, soyez sûr de vous et suivez les 6 propositions dessous.

- Même encore aujourd'hui, la plupart des artistes envoient simplement un dossier de présentation qui inclut un "book" professionnel. Cela ne suffit pas, même si ça peut être un premier pas dans l'approche « commerciale ». Il faut ensuite assurer un suivi.
- Le dossier de présentation fini souvent sur une pile de dossiers ou est feuilleté brièvement. C'est pourquoi il vaut mieux suivre le dossier en rappelant la galerie par téléphone une ou deux semaines plus tard.
- N'essayez pas d'en faire trop dans votre présentation. Restez simple et naturel.
- Conservez votre dossier de présentation (book) organisé, professionnel et complété avec vos meilleures œuvres.
- Généralement vous devez présenter un dossier de bonne qualité avec au moins 10 photos de vos œuvres, elles peuvent être sur divers supports comme photos imprimées, un CD, sur une clé USB ou autres.
- Selon le cas, joignez à votre dossier une enveloppe timbrée à votre adresse, sinon vous risquez de ne plus revoir votre book !

L'appel téléphonique

C'est là que vous prenez votre téléphone et appelez la galerie choisie et vous vous lancez. Voici comment faire :

- Un peu de pratique à la maison ou avec un ami vous permettra d'être plus convainquant au téléphone. N'hésitez pas à vous entraîner avant d'appeler!
- Notez vos idées avant d'appeler pour ne pas paraître hésitant.
- A ce point, soyez prêt à vous vendre car là, au téléphone, vous ne pouvez pas vous cacher derrière des œuvres d'art. Voici quelques conseils pour vous aider à passer cet appel...
- Vérifiez les heures d'ouverture de la galerie, le planning des expositions et des vernissages.
- S'il y a un événement planifié, appelez au moins une semaine avant ou une semaine après. Le galeriste risque autrement de ne pas être disponible ou il serait trop occupé pour vous écouter en prenant son temps.
- Le mieux est d'appeler le matin ou en fin d'après midi. C'est le moment où les responsables de galeries sont en bureau.
- Evitez d'appeler les lundis ou vendredis... appelez en milieu de semaine.
- Demandez à parler au directeur ou au responsable de la galerie. Si elle/il n'est pas disponible demandez quand elle/il sera joignable et **ne laissez pas de message**. Vous pourriez ne pas être rappelé et ça vous permet donc de reprendre contact plus tard.



- La conversation doit être courte, amicale et allez directement où vous voulez en venir.
- Présentez vous, expliquez lui que vous êtes intéressé par sa galerie, et brièvement donnez lui quelques informations sur vous et votre art et pourquoi vous pensez correspondre à ses standards.
- Confirmez cet entretien téléphonique avec un courriel en donnant les coordonnées de votre site ou d'une page d'un site où elle/il peut voir vos œuvres. Si vous n'êtes pas présent sur internet, joignez quelques photos numérisées de vos meilleures œuvres à votre courriel. Faites cela au plus tard le lendemain afin qu'elle/il oublie pas votre conversation.
- Mentionnez dans votre courriel que si vous n'avez pas de retour d'eux vous les recontacterez prochainement. Donnez leur une à deux semaines avant de rappeler.
- Ou demandez au galeriste s'il préfère un dossier de présentation, des photos ou un lien internet vers votre site.

La visite directe



Préparez vous à vous vendre ! Ceci est une approche plus directe qui fonctionne ou ne fonctionne pas, comme dans toute visite commerciale. Tout dépendra comment vous serez perçu par le responsable de la galerie.

Il n'y a pas de règles donc allez y comme vous le sentez, soyez naturel. Voilà quelques idées pour vous aider à franchir le pas de porte:

- Comme pour l'appel téléphonique vu plus haut, vérifiez les horaires d'ouverture de la galerie et assurez vous que vous n'arrivez pas pendant un événement important pour eux ou une période très chargée.
- En espérant que vous avez fait vos devoirs à la maison et que vous connaissez maintenant la galerie.
- Soignez votre présentation.
- Demandez à parler avec le propriétaire ou directeur.
- Soyez informé et montrez que vous comprenez la programmation de la galerie.
- Dites lui pourquoi vous pensez que votre travail pourrait correspondre à sa galerie.
- Ne venez pas les voir avec vos œuvres sous les bras. Cela semble désespéré.
- Laissez lui une carte de visite avec l'adresse de votre site ou un "book" qu'il puisse regarder tranquillement.
- Ne l'inondez pas avec trop d'informations, les questions doivent venir d'eux...
- Soyez courtois

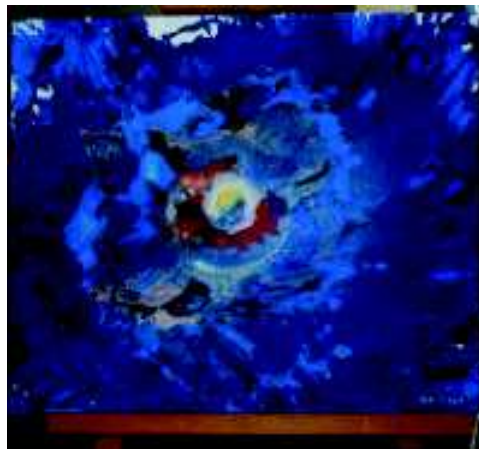
Maintenant supposez qu'il vous ait vraiment apprécié et que tout ce soit bien passé... Il peut vous demander d'envoyer quelques œuvres pour prendre une décision. Il peut également vous demander de voir votre travail.

A ce point, et cela est déjà arrivé, vous devez avoir quelques unes de vos meilleures œuvres de petits formats dans votre voiture. Vous pouvez ainsi répondre de suite à leur demande

Venez voir !

Invitez la galerie que vous avez en vue à venir sur une exposition où vous êtes présent.

- Beaucoup d'artistes montrent leur travail lors d'expositions dans les salons, les banques, les hôtels, les restaurants, les sociétés, ou même dans leur propre studio.
- Si vous avez la chance de vivre dans un lieu proche d'une galerie cette approche peut fonctionner. Nous suggérons que vous envoyiez une invitation, par courriel si vous préférez, avec une photo d'une de vos meilleures œuvres au directeur suivi d'un appel téléphonique.
- Profitez du fait que vous exposez dans un lieu pour démarcher d'autres lieux comme des galeries. Vous mettrez ainsi toutes les chances de votre côté



Sans titre – Yves Corbassière

La référence

Ceci est probablement la meilleure façon d'approcher une galerie. Si vous êtes en réseau avec d'autres artistes, vous avez probablement des amis qui ont de bons contacts avec des galeries. Et oui, comme partout, c'est qui vous connaissez... Les amis des amis !

- Demandez à votre ami artiste de vous recommander à sa galerie.
- Assurez vous que votre ami leur donnera l'adresse de votre site internet ou leur fera passer votre "book". Cela suscitera l'intérêt de la galerie pour vous.
- Après une semaine c'est à vous d'assurer le suivi. Ce sera plus facile puisqu'ils vous connaissent déjà...
- Appelez la Galerie et rappelez leur qu'ils vous ont été recommandés par un ami artiste que vous avez en commun.
- De là, avec un peu de chance, vous pouvez construire une relation de travail.

A la demande de la galerie

Quand un galeriste vous sollicite...

- Et oui cela peut également arriver, le galeriste vient vous proposer d'exposer dans sa galerie.
- Ceci est un beau compliment, mais avant de dire "oui", et à moins que vous connaissiez la galerie vous même, assurez vous de vérifier les références et les expositions précédentes de la galerie.
- Appelez quelques artistes qui exposent ou ont exposé dans la galerie et demandez leur s'ils sont satisfaits et si cela en vaut la peine.
- Si la réponse de vos amis artistes est positive et si la galerie a bonne réputation, ceci est la meilleure des approches.

La galerie vous a choisi cela veut dire qu'elle est fière de montrer votre travail et ceci devrait mener à des ventes intéressantes!

Maintenant à vous !

Les suggestions ci dessus sont des conseils de bases appliqués dans la vente et principalement dans la vente d'art. Nous avons tous des loupés dans la vente d'objets d'art mais ces quelques conseils devraient vous aider à en avoir moins.

Et rappelez vous que si lors de la première approche vous n'y arrivez pas, essayez et essayez encore. Ne vous découragez pas cela paiera à la longue.

Comment rechercher, évaluer et vendre de vieux objets ou œuvres d'art ?

Comment trouver des informations sur vos vieux tableaux ?

Si vous lisez cet article, il y a de bonnes chances que vous ayez un vieux tableau à la maison qui est peut être un trésor que vous possédez depuis des années. Ou peut être vous êtes curieux d'en savoir plus sur une œuvre dont vous avez héritée ou que vous avez trouvée dans une brocante, un vide grenier ou chez [Emmaüs](#).

Peut être avez vous une œuvre d'art oubliée dans votre grenier, dans le garage ou cachée derrière une armoire.

Peu importe les circonstances, vous voulez en savoir plus sur votre vieux tableau, dessin ou votre vieille gravure



E. Griffiths - 1920

Vous devriez trouver ci après quelques conseils pratiques sur la recherche d'informations et la vente de votre œuvre d'art.

La plupart des ces tableaux, dessins ou gravures auront une valeur relativement basse et seront difficile à vendre, mais ne laissez pas tomber, simplement parce qu'il y a beaucoup de grandes œuvres d'art perdues, oubliées qui attendent juste d'être redécouvertes.

Tout d'abord, est-ce un tableau original, une reproduction ou une lithographie?

Est ce une aquarelle, ou une lithographie ?

Il y a quelques temps, un ami, a acheté un tableau dans un vide grenier, étant persuadé qu'il s'agissait d'une aquarelle de valeur. En fait ce n'était « qu'une » lithographie, mais elle avait de très bonne qualité.

Pour un œil inexpérimenté, une très belle lithographie est souvent très difficile à différencier d'une aquarelle, vous trouverez ci dessous quelques indices qui vous aideront à faire la différence.

Important ! Ne sortez jamais un vieux tableau de son cadre, cela pourrait le dévaluer.

Tout d'abord, si le tableau est sous verre, nettoyez le verre doucement avec un chiffon doux en utilisant un tout petit peu de produit de nettoyage pour vitres, si nécessaire.



Ensuite utilisez une loupe pour examiner le tableau en détails. La peinture déposée au pinceau n'est pas aussi évidente à voir sur une toile peinte à l'eau contrairement à la peinture à l'huile mais vous devriez tout de même voir des variations sur la surface du support.

Quelques zones peuvent être complètement nues ou au contraire être mises en évidence avec une épaisseur plus importante de gouache. Certains artistes utilisent également une technique dite du « grattage » par laquelle la surface du tableau est littéralement rayée pour montrer le blanc du papier.

Vous pouvez peut être repérer les lignes de crayons sous la peinture et le tableau peut montrer des signes de « gondolage » où l'artiste aurait trop mouillé son papier en ne le préparant pas correctement. Si c'est le cas vous n'êtes pas en possession d'une impression.

Si vous n'êtes toujours pas certain d'avoir un aquarelle ou une lithographie, regardez si vous pouvez identifier des petits points à la surface.

Les processus d'impression sont devenus très sophistiqués avec les progrès de la technologie, mais les impressions plus anciennes peuvent être rapidement identifiées.

Si le tableau est composé de petits points de couleurs, il y a peu de chance que ce soit une aquarelle. Vérifiez également la signature car une signature imprimée ne ressemble pas à une signature authentique.

Si votre tableau a une étiquette à l'arrière donnant des détails sur le titre et l'artiste, cherchez ces renseignements, entre autre sur internet.

S'il s'agit d'un tableau peint par un artiste connu, vous devriez le trouver rapidement et cela confirmera probablement que vous avez une reproduction et pas un original.

Les étiquettes qui indiquent le nom d'un musée comme « [Musée d'art moderne](#) », « [Musée du Louvre](#) » sont de bonnes informations pour savoir que votre tableau est une reproduction et qu'elle a probablement peu de valeur.

Même si votre tableau se révèle être une lithographie, ne désespérez pas. Essayez de le vendre auprès d'amateurs locaux ou sur les sites internet spécialisés. On ne sait jamais, quelqu'un peut l'apprécier à sa juste valeur vous l'acheter.

Mon tableau est une lithographie car il y a une signature et un numéro au bas.

Si vous avez une lithographie en édition limitée d'un artiste connu, elle aura souvent (mais en aucun cas toujours) plus de valeur qu'un original d'un peintre inconnu.

Ne pensez jamais qu'aucune impression n'a de valeur car ce n'est définitivement pas le cas. Certaines vieilles lithographies, sérigraphies ou gravures ont de grandes valeurs. Cela dépend beaucoup de l'artiste, de la provenance, de l'ancienneté, de la condition et bien sûr de la rareté.

Si vous êtes convaincu d'avoir l'œuvre rare, non encore découverte, vous devriez prendre l'avis d'un expert. Les premières lithographies étaient normalement en noir et blanc ou couleur sépia et celles ci peuvent être de bonne valeur. Les vieilles

lithographies et gravures sont le champ d'expertise de spécialistes et seul un expert peut vous donner les conseils nécessaires.

Mon tableau est une impression en noir et blanc, mais n'est pas signé. A-t-il de la valeur ?

Les anciennes lithographies sont présentées sous différentes formes. Si votre œuvre est signée et notamment par un artiste bien connu elle a probablement une certaine valeur. De même, si elle n'est pas signée, mais montre un sujet intéressant, comme un dessin politique, par exemple, elle peut très bien intéresser un collectionneur spécialiste de ce type d'œuvres.

Il y a des collectionneurs qui recherchent toutes sortes de lithographies, sérigraphies ou gravures très spécifiques comme les ponts, les golfs, les chevaux, les dessins botaniques, les paysages etc.

Parce que les anciennes lithographies ou gravures sont le domaine de spécialistes, vous devez les faire évaluer et estimer par un professionnel quand cela est possible.

Parfois les anciennes lithographies ou gravures sont dans des cadres de très bonne qualité et ceux ci peuvent également avoir une certaine valeur, il est donc toujours bon de les faire examiner par un expert. L'impression elle même peut avoir peu de valeur, mais un joli cadre en vieil érable, par exemple, peut récompenser vos efforts et le temps passé.

Mon tableau est en fait une gravure, mais qu'est qu'une gravure ?



Hercule et l'[Hydre de Lerne](#) par [Cornelis Cort](#) (vers 1565)

Les gravures sont une forme spécialisée d'impression faite en utilisant une plaque de métal sur laquelle est préalablement appliquée une couche de produit résistant à l'acide.

Une image est alors « grattée » dans le revêtement en utilisant des aiguilles ou autres outils de gravage. La plaque est alors trempée dans l'acide qui rongera les parties non protégées. La plaque pourra alors être encrée et pressée sur le papier.

Les techniques de gravure existent depuis de longues années et des artistes renommés comme [Goya](#) ou [Rembrandt](#), les ont utilisées. Parce que la tendance porte sur une utilisation de ces techniques directement par l'artiste plutôt que par un graveur ou studio d'impression, les gravures sont souvent beaucoup plus recherchées.

Les gravures sont considérées elles mêmes comme œuvres d'art et sont donc en général plus chères que d'autres impressions.

Pour plus de détails sur l'historique et les différents procédés de gravure vous pouvez vous référer à la page Wikipédia concernant la gravure [wikipedia.gravure](#) ou d'autres sites spécialisés.

C'est une peinture à l'huile

Différents supports peuvent être utilisés pour créer une œuvre en utilisant la peinture à l'huile : du bois, de la toile, du papier, du verre et même de l'ivoire. Parce qu'elles ont tendance à durer plus longtemps et être moins fragile que les aquarelles, les œuvres peintes à l'huile ne sont en principe pas mises sous verre, il y a bien sûr des exceptions à cela.



*La Gitane - Huile au couteau
Daniel Bargeton*

Comme avec toute œuvre que vous souhaitez vendre, il est très important de conserver le cadre original, à moins d'avis contraire d'un spécialiste de l'art ou un professionnel, comme par exemple un antiquaire.

Un tableau bien exécuté présentera normalement une sensation de profondeur et de douceur qui est le résultat de couches de glais.

Les techniques modernes d'impression sont si sophistiquées que les tirages sur toiles sont maintenant disponibles et beaucoup de ces tirages imitent le passage des pinceaux. Cependant, une étude plus approfondie différenciera rapidement le tirage d'un original. Les tirages de peinture à l'huile ont une finition plutôt uniforme, même ceux qui imitent le passage du pinceau.

Si vous êtes toujours incertain, examinez le cadre et le dos pour des indices. Un tableau de bonne qualité peint à l'huile aura normalement un cadre également de bonne qualité. Les vieux cadres sont généralement très lourds, surtout quand ils sont richement sculptés, ou ont une dorure sur du plâtre de moulage pour la décoration.

Les encadrements de reproductions modernes sont généralement plus légers et sont assemblés en utilisant des techniques modernes comme des agrafeuses automatiques. Lorsque vous examinez l'arrière de vos tableaux recherchez des indices comme des vieilles étiquettes par exemple, ou numéros de vente aux enchères. Des numéros notés à la craie ou au crayon à l'arrière des toiles indiquent souvent que le tableau est passé par une ou plusieurs maisons de vente.

Les étiquettes d'ateliers d'encadrement ou de galeries sont également de bons indices quant à l'âge à provenance de l'œuvre.

Ce n'est pas un tirage, comment savoir de qui il est ?

Une fois que vous êtes certain que votre tableau n'est pas une copie d'une œuvre originale, peut être en faisant de faire des recherches plus approfondies.



Monogramme

de Toulouse-Lautrec

La première action est de savoir qui est l'artiste qui l'a peint et si ses tableaux ont du succès dans les salles de vente.

Pour cela vous devez identifier la signature de l'artiste qui se trouve, en principe mais pas toujours, dans un des coins au bas du tableau.

De nombreux artistes utilisent leurs initiales ou même leur monogramme à la place de leur signature.

Il y a de bons livres de références disponibles récapitulant plusieurs milliers de signatures et vous devriez les trouver dans les bibliothèques ou sur les sites internet.

Une fois que vous avez une idée du peintre, vous pouvez affiner vos recherches en ligne pour trouver d'autres œuvres vendues du même artiste.

Vous pouvez voir quelques exemples de monogrammes d'artistes en vous rendant sur [ce site](http://www.artistssignatures.com). Vous pouvez également consulter le site très complet, en anglais, www.artistssignatures.com vous y trouverez les signatures, monogrammes et autres symboles utilisés par les artistes. Par contre une fois la signature trouvée il faut payer pour avoir l'information sur l'artiste. Mais ce site est vraiment intéressant.

Si vous pouvez identifier le nom de l'artiste mais pas les initiales du prénom, essayez de comparer votre tableau avec le travail d'autres artistes en tapant le nom et le mot « image » dans votre moteur de recherche.

Les maisons de vente aux enchères et les spécialistes d'Art utilisent également une série de livres, ou également le site internet correspondant, connus sous le nom de [The Art Sales Index](#), qui donne les prix de vente réalisés dans les grandes salles de vente.

Nous avons là une bonne référence d'artistes et de prix.

Conclusion

Les quelques conseils que je vous donne ci dessus sont peut être, en partie, déjà connus de vous. Mais un rappel des méthodes peut vous encourager à relancer les démarches.

Je rencontre régulièrement des artistes déconcertés par le fait qu'ils ne vendent rien actuellement. Mais je pense sincèrement qu'en persévérant les ventes se réalisent.

Et n'oubliez pas, pour vendre faut expliquer un peu la technique de création, bien sûr, mais aussi parler de ce qui vous a inspiré dans votre œuvre. faut "vendre" une histoire.

Regardez ce qui vous intéresse dans la vie. C'est tout ce qui a une histoire. Un [violon u Chef d'orchestre](#) du Titanic retrouvé et qui vaut maintenant plus de 100.000 euros ! , par exemple.

Les collectionneurs le savent, une simple guitare ayant appartenue à un musicien connu n'aura pas la même valeur que le même modèle qui sort d'un magasin de musique.

C'est l'histoire qui fait la valeur des choses, alors, parlez de l'histoire de votre œuvre.

En espérant vous avoir un peu aidé sur les connaissances et les choix à faire, je vous souhaite bonne chance dans vos ventes.

Bonus 1

Ma check-list de mon état des lieux à ce jour !

Actions	A jour, je l'ai fait dernièrement	Je dois y travailler	Délai que je me donne
Contacts pris avec			
Les galeries			
Les lieux d'expo non dédiés à l'art			
Les hôtels			
Les sociétés			
Autres :			
Le représentant du journal local			
Outils de communication			
Mon CV			
Mon book de présentation			
Flyers et prospectus			
Cartes de visites			
Fichier de coordonnées de mes clients potentiels			
Actions de communication			
J'envoie régulièrement une information sur mes nouvelles créations à mes contacts			
J'envoie régulièrement mes dates d'expositions aux personnes sur mon fichier			
J'envoie régulièrement mes dates d'expositions aux sites spécialisés dans l'Art			
J'ai un blog ou un site internet sur lequel régulièrement			
J'envoie des communiqués de presse pour les actions spécifiques			
J'utilise correctement les réseaux sociaux			

Bonus 2

Comment préparer et envoyer un communiqué de presse !

Dans les actions à mener pour se faire connaître je vous ai parlé de l'envoi de Communiqués de presse aux médias.

Si vous voulez qu'on parle de vous, il faut la plupart du temps que vous preniez les devants. Et à moins que le représentant du journal local soit présent lors d'un vernissage ou vienne voir l'exposition où vous avez accroché vos tableaux, il y a peu de chances qu'il vienne de lui même vous voir dans votre atelier, galerie ou boutique.

Comme toujours, si le communiqué de presse est important et même primordial pour la bonne marche de votre travail ou entreprise, il est préférable de passer par une société spécialisée, comme [relations publiques.pro](http://relationspubliques.pro). Encore une fois, cela coûte de l'argent (environ 350 euros, mais vous avez des spécialistes qui vous aident à rédiger votre message et ces sociétés savent à qui envoyer ce communiqué. Généralement à plusieurs centaines de médias à la fois). Il faut donc peser le pour et le contre.

Vous avez aussi la possibilité d'utiliser les prestations de sites de « [communiqués de presse gratuit](#) ». Sur ces sites, en général, vous déposez votre communiqué de presse et ce sont les médias qui viennent le chercher. Vous imaginez bien que l'impact n'est pas le même.

Comment rédiger un communiqué de presse ?

Votre communiqué de presse doit être court, gardez en tête qu'il est envoyé aux journalistes dans le but de les informer d'un événement comme une exposition particulière ou le lancement d'un nouveau produit.

Vous ne devez pas confondre communiqué de presse et dossier de presse. Le dossier de presse est du matériel promotionnel destiné à la presse et aux journalistes afin de leur présenter votre entreprise par exemple. Un peu comme votre book.

Lorsque vous commencez à rédiger votre communiqué de presse mettez vous à la place du journaliste qui va le recevoir.

Posez vous ces questions :

Qu'est qui pourrait l'intéresser ?

Quelles sont les informations qu'il a besoin pour rédiger son article ?

Quelle photo veut-il publier ?

De quel contact a-t-il besoin ?

Etc.

Je vous l'ai dit, le communiqué de presse doit être complet, par rapport à l'événement que vous voulez faire connaître, mais condensé. Ne partez pas dans de longues proses car le journaliste ne lira même pas votre communiqué.

Décrivez brièvement les informations que vous souhaiteriez voir passer, rajoutez quelques photos de bonne qualité, mettez bien les titres en évidence et bien sûr donnez toutes les informations concernant votre contact.

Si le journaliste est intéressé par votre communiqué, il y a des chances pour qu'il vous contacte pour plus de précisions.

Quelques décisions sur le contact avec les journalistes :

Sachez que les journalistes tiennent à leur indépendance. Et il n'est pas obligatoire qu'ils parlent de vous. Ceci dépend de l'actualité du moment, du contenu et l'intérêt de votre communiqué de presse. Ainsi que les centaines de communiqués de presse reçus chaque jour par les Journalistes, Médias et Journaux.

Comment communiquer avec les journalistes ?

Si l'on vous contacte, le journaliste précisera très certainement :

"Ceci est très urgent, rappelez moi au plus vite."

Ou :

"On m'a parlé de vous. Pourriez vous me dire ce que vous faites".

Quelques conseils:

Soyez très réactif. Soyez toujours courtois mais n'en faites pas trop. Parlez de vous, mais parlez surtout du sujet en question. Donnez des exemples afin que les journalistes puissent concrétiser facilement de quoi il s'agit. Ce qui les intéresse c'est la bonne info intéressante pour leurs lecteurs.

Parlez du mieux possible, soignez votre langage. Si vous répondez par email, faites très attention à votre orthographe. Laissez toujours le journaliste mener la discussion. Faites comme cela s'arrange lui.

Demandez toujours quand l'article sera publié, le reportage diffusé, etc. Communiquez sur le fait qu'on parle de vous et de votre événement !

Si vous suivez ces quelques conseils votre message devrait bien passer.

Vous trouverez ci-dessous un exemple de communiqué de presse sur lequel vous pouvez vous inspirer.

Nous vous souhaitons bonne chance et un bon contact avec nos amis journalistes.