

Texte : Valérie Auriel
Photos : D. R.

Comment **fixer le prix** d'une œuvre d'art ?

DONNER UN PRIX À UNE CRÉATION ARTISTIQUE EST SOUVENT UN CASSE-TÊTE, SURTOUT SI VOUS DÉBUTEZ VOTRE ACTIVITÉ. MAIS CELUI-CI N'EST PAS SI ALÉATOIRE QU'IL Y PARAÎT. PLUSIEURS CRITÈRES SONT À PRENDRE EN COMPTE POUR VOUS AIDER À LE DÉTERMINER.



UN POINT C'EST TOUT !

Voici le tableau des formats normalisés des châssis français (basés sur le nombre d'or) et de leur correspondance en numéro (point). Si votre format ne se trouve pas dans ce tableau, par exemple si vous utilisez un format carré, il suffit de calculer son demi-périmètre (hauteur + largeur) et de chercher dans la grille le demi-périmètre s'approchant le plus. Autre souci : savoir quelle valeur donner au point. En général, les artistes débutants appliquent un point de 10 à 20, les artistes un peu plus confirmés, de 40 à 80.

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

Critère n° 1 : les coûts de fabrication

Une des premières méthodes pour fixer ses prix est de déterminer le coût de votre matière première. N'oubliez rien : châssis, peinture, vernis, encadrement. Il est évident que le prix d'une œuvre d'art ne peut être inférieur à ce coût, sinon, vous travaillez à perte. Vous pouvez aussi ajouter votre temps de travail, mais celui-ci n'est pas toujours une donnée pertinente en art. Renoir disait ainsi : « Ce dessin m'a pris cinq minutes, mais j'ai mis soixante ans pour y arriver. »

Critère n° 2 : le format

Une petite œuvre coûte en général moins cher qu'une grande à la technique équivalente. Les tarifs augmentent progressivement en fonction de la taille. Pour les peintures et les dessins, vous pouvez effectuer un calcul au point. Les formats des œuvres correspondent à un numéro, le point, que vous multipliez par une valeur fixe, sa cote. Par exemple, un châssis 46 x 38 cm correspond à un numéro 8. Si nous attribuons une valeur de 25 euros au point, ce format vaut 200 euros. La méthode est simple, mais elle a pour inconvénient de créer des distorsions entre petits et grands formats. Les petits formats peuvent apparaître trop bon marché. Pour corriger ce biais, certains artistes déterminent une valeur différente selon les tailles ou ajoutent une base fixe à leur calcul. Une autre méthode – qu'on peut utiliser pour les sculptures – ne prend pas en compte le point, mais les dimensions réelles. On additionne la hauteur et la largeur de l'œuvre, on multiplie le résultat par une valeur fixe.

Critère n° 3 : la technique

En termes de tarifs, il existe une hiérarchie des techniques. Pour un même format, les peintures à l'huile sur toile se vendront le plus cher, les dessins au crayon graphite ou au fusain sur papier, le moins cher. Une œuvre sous verre est en général meilleur marché qu'une œuvre sur toile. Une sculpture sur marbre, un bronze sont plus onéreux qu'une sculpture sur bois ou en terre cuite. Un multiple coûte moins cher qu'une œuvre unique.

Critère n° 4 : le parcours de l'artiste

Logiquement, les prix d'un artiste débutant sont inférieurs à ceux d'un artiste en fin de carrière. De même, un artiste représenté en galerie et qui a bénéficié d'expositions personnelles peut pratiquer des prix plus élevés. D'autres éléments du parcours professionnel peuvent influencer à la hausse : si vous êtes diplômé d'une grande école d'art, avez reçu des récompenses reconnues, avez vendu aux enchères...

Critère n° 5 : le marché

Il est aussi utile de regarder les tarifs des artistes au même niveau de parcours, pratiquant les mêmes techniques. Vous pourrez vérifier que vous êtes bien dans les prix du marché. Les meilleurs endroits pour votre enquête sont les Salons d'art et les sites Internet de vente d'art.

En conclusion

Il n'existe pas une seule méthode pour fixer ses prix. Il faut mixer différents critères pour créer sa propre grille. Quand on débute, cela semble compliqué. N'hésitez pas à demander à vos amis artistes ou galeristes ce qu'ils pensent de vos tarifs. N'oubliez pas non plus que c'est aussi l'acheteur qui fait le prix. En matière d'art, il peut être parfois imprévisible.

« Il faut que l'art ait été bon marché pour être cher un jour »

DOCTEUR EN SCIENCES POLITIQUES, CONSEIL EN STRATÉGIE PATRIMONIALE, ÉRIC D'ESPIGUERS VIENT DE PUBLIER LE LIVRE *PRIX & VALEUR DE L'ART* AUX ÉDITIONS ARTS VIVENS. IL Y DÉTAILLE LA MULTITUDE DE CRITÈRES QUI DÉTERMINENT LE PRIX D'UNE ŒUVRE.



Éric d'Espiguers, dans son livre, décrypte le marché de l'art contemporain.

Pratique des Arts : Pourquoi avez-vous décidé d'écrire ce livre ?

Éric d'Espiguers : Sur le fond, ce livre entend expliquer des phénomènes économiques le plus souvent mal compris par le public, même spécialisé. Le monde de l'art est dominé par des visions économiques obsolètes, fausses ou déformées. Le prix des œuvres

d'art est appréhendé comme une chose magique, maudite ou incompréhensible. On parle de folie du marché de l'art, de manipulations, de financiarisation. Une série de « gros mots » qui cache une ignorance réfugiée derrière la critique simpliste. Peu de personnes dans le monde de l'art savent ce qu'est un marché, comment il fonctionne et qu'il s'agit d'une institution relativement neutre. Tous se contentent de le décrier et de hurler au loup. Y compris les galeristes et les artistes. Cela est le plus désolant, car c'est leur propre travail qu'ils dévalorisent ainsi.

de réputation récente, ou assez célèbre. S'il est très célèbre, les prix seront davantage fixés par ses galeristes ou les enchères. Dans les cas les plus courants, l'artiste fixe ses prix par comparaison avec des productions d'artistes qu'il juge équivalentes (ou supérieures ou inférieures) aux siennes. Il peut aussi se référer aux coûts de production de ses œuvres si vraiment elles sont assez particulières pour justifier des surcoûts qu'il faut rentabiliser. Cela peut corriger l'approche par comparaison. De là, il établira son parcours de prix, c'est-à-dire la cote initiale qu'il espère pouvoir ensuite faire varier à la hausse avec le temps, son travail et la reconnaissance qu'il obtiendra. C'est une forme de projet de création de valeur à partir de son art. C'est un point essentiel que les artistes ne prennent pas assez en compte. Comme le disait Picasso, il faut que l'art ait été bon marché pour être cher un jour. Il est meilleur qu'il suive une courbe ascendante (si possible).

de son art. C'est un point essentiel que les artistes ne prennent pas assez en compte. Comme le disait Picasso, il faut que l'art ait été bon marché pour être cher un jour. Il est meilleur qu'il suive une courbe ascendante (si possible).

PDA : Comment expliquer que certains artistes contemporains atteignent des sommets en ventes publiques ou en galeries ? Ce phénomène existait-il dans le passé, ou est-ce une caractéristique du marché de l'art actuel ?

É. d'E. : Les prix actuels et les phénomènes de prix élevés ne sont pas nouveaux. L'art a toujours été objet de désirs. Les luttes des princes, cardinaux, papes, rois, pour s'adjointre les meilleurs artistes (et donc les payer le prix nécessaire) remontent très loin dans l'histoire. Ensuite, les riches marchands sont entrés dans cette ronde, puis les puissants

industriels, et aujourd'hui les riches gérants de fonds ou créateurs de start-up à succès. Et ce dans le monde entier. Ce qui a changé, c'est l'ampleur du nombre de personnes achetant et vendant de l'art. Il y a toujours eu des artistes à grand succès et dans toutes les périodes. Pourquoi certains et pas d'autres ? C'est difficile à expliquer, cela tient à leur personnalité, leur art, leur talent, voire leur génie. Car oui, il existe des artistes géniaux y compris dans l'art actuel. On peut ajouter un phénomène renforcé par l'Internet qui conforte la notoriété et donc le succès de quelques-uns : c'est le fonctionnement du référencement par ranking. Avec ces algorithmes, le succès va au succès et comme le dit l'adage, « the winner takes it all ».

AFFICHER OU NON SES PRIX ?

Si vous n'affichez pas vos prix, les clients potentiels doivent vous interroger pour les connaître. Cela peut faciliter la première prise de contact. Mais cela décourage aussi. Les acheteurs peuvent penser que vous êtes trop cher, que vous changez vos prix « à la tête du client ». Des prix affichés donnent une information claire, qui peut être la base d'une négociation. À vous de trancher !

