

## Comment approcher un marchand de tableaux ou toute personne chargée de la promotion du travail d'un artistes\* ?

Le milieu des beaux-arts est cloisonné. Les professionnels de l'art sont spécialisés et chacun d'eux ne s'intéresse qu'à une tendance précise, pour laquelle ils sont souvent experts ; comprenez la nécessité de bien cibler ces interlocuteurs.

Très souvent, ce n'est pas pour une qualité jugée inférieure que le travail d'un artiste ne sera pas retenu, mais parce qu'il ne correspond pas à la tendance de la galerie.

Dans ce contexte les notions d'information et de documentation prennent toute leur dimension. Il est indispensable de savoir qui fait quoi dans ce milieu et la tâche est immense, elle est à répartir dans le temps pour connaître :

- Galeries et Courtiers en œuvres d'art
- Critiques et historiens de l'art, Conservateurs
- Commissaires priseurs, Experts
- Presse beaux-arts, Éditeurs d'art
- Bases de sur Internet, Sites Internet spécialisés
- Annuaires professionnels et l'ensemble des ressources documentaires en art contemporain.

C'est par la connaissance de ces personnes et organismes que se situe le développement de votre activité.

Pour faire connaître son travail et en vivre, un artiste doit exposer. L'exposition personnelle permet de vendre, de rencontrer des collectionneurs mais aussi de créer les contacts nécessaires avec les professionnels de l'art et des partenaires choisis :

- La presse : critiques, historiens de l'art, responsables de rubriques culturelles.
- Les professionnels de l'art : marchands de tableaux, courtiers en œuvres d'art, agents d'artistes, médiateurs culturels, ingénieurs culturels, conservateurs, experts, commissaires priseurs
- Les collectionneurs
- Le grand public

La presse, les professionnels de l'art, les collectionneurs, le grand public : quatre composants indispensables à la réussite d'une exposition personnelle.

\*Extrait de l'ouvrage : *Organiser une exposition personnelle* par Etienne Caveyrac

### Faire réaliser votre Préface

C'est un élément essentiel de votre présentation à condition qu'il soit rédigé par un critique d'art reconnu. Nous pouvons vous proposer une mise en relation directe avec un critique de notre réseau qui vous proposera un travail de rédaction à partir de vos travaux visibles sur Internet et d'un entretien téléphonique. Sont intervenus récemment pour les solutions créatives : **Iléana Cornéa, Françoise Monin, Francis Parent, Alain Couderc...**

voir sur [www.solutions-creatives.com](http://www.solutions-creatives.com)

### Les lieux pour exposer en France :

#### Les galeries

Trois catégories de galeries :

#### a) La galerie prend un pourcentage sur les ventes, l'artiste n'a aucun frais.

C'est la formule idéale. Dans ce cas, l'artiste n'a aucun frais, le marchand reconnaît la valeur du travail de l'artiste. Il va l'aider à développer sa notoriété. L'artiste évite bien entendu un contrat d'exclusivité.

Respectueux d'une tendance précise, ce marchand s'est forgé une clientèle. Il est reconnu non seulement par les collectionneurs mais aussi par les critiques, historiens d'art et conservateurs.

La galerie investit pour une présentation optimale catalogues, cartons d'invitation, En contrepartie de ce travail, elle prendra généralement 50 % sur la vente des œuvres.

#### b) La galerie prend un pourcentage sur les ventes, l'artiste complète le budget de promotion.

Il arrive parfois que la galerie ne puisse prendre en charge l'ensemble des frais inhérents à la promotion d'une exposition.

Prenons l'exemple d'une exposition personnelle où le marchand assure les frais du carton d'invitation et du catalogue. L'artiste, considérant qu'il dialogue avec un marchand dont tout le monde reconnaît le travail sérieux, décide de faire un investissement raisonnable et complète le budget pour l'édition d'une affiche.

Dans ce cas de figure, le pourcentage que prendra la galerie peut être revu à la baisse.

Dans tous les cas, ces transactions se font à « l'abri » et la réputation du marchand et de l'artiste sont toujours préservées.

#### c) La galerie loue ses murs.

C'est une réalité, il faut en parler afin de prendre quelques précautions.

Sauf exceptions, le loueur de cimaises est à éviter. Un vrai marchand de tableaux prend des risques pour un artiste auquel il croit et dont il reconnaît le talent. Dans ce genre de galeries, si l'artiste arrive à réunir ses proches : parents et amis, il est impensable d'imaginer que les critiques d'art, conservateurs et autres professionnels de l'art visitent ces galeries qu'ils connaissent et évitent.

### ACTIVE ART Les Solutions Créatives

5, rue de Turbigo 75001 PARIS  
Tél.: 01 40 13 09 08

[www.solutions-creatives.com](http://www.solutions-creatives.com)  
[contact@solutions-creatives.com](mailto:contact@solutions-creatives.com)

Informations au 01 53 61 17 70.

### Les musées actifs en matière d'art contemporain

De nombreux musées ont la possibilité de programmer en marge de la présentation des collections permanentes, des expositions temporaires d'artistes contemporains. C'est le cas de nombreux musées municipaux.

Ces musées peuvent être:

- classés. Ils appartiennent à l'État ou à des collectivités locales.
- contrôlés (publics ou privés). Leurs statuts sont conformes à la législation qui demande un inventaire précis des collections, leur gestion est assurée par des conservateurs reconnus par la DMF (direction des musées de France)
- non contrôlés. Privés, associatifs ou municipaux, ils sont des milliers dans ce cas.

Les artistes apprécient le travail et l'accueil de ces conservateurs passionnés. Un musée pourra prendre en charge toute la promotion d'une exposition, parfois cela donnera lieu à l'édition de beaux catalogues.

On expose dans un musée pour développer sa notoriété, pour le prestige. Dans ce cas de figure, les ventes sont organisées dans un lieu parallèle, il n'est pas possible de vendre ses œuvres dans un musée.

### Les centres d'art contemporain

Sans collection permanente, ce sont des lieux de création immédiate. Ils présentent les tendances actuelles de l'art contemporain.

### Les lieux intermédiaires

On en parle beaucoup dans une période où les marchands prennent moins de risque.

Ni galeries, ni musées, ce sont des lieux de toutes sortes qui programment des expositions temporaires. Il y en a dans toutes les régions de France. Ce sont des châteaux, abbayes, chais, chapelles, halls d'entreprise, banques, hôtels, appartements privés et tout autre lieu muséalisé. Il ne faut pas négliger ces alternatives où l'artiste a la possibilité de montrer son travail en exposition personnelle.

Bien entendu, on ne gère pas de la même manière une exposition en galerie et une présentation d'une soirée dans un appartement privé. A chaque exposition, un objectif précis et des investissements en temps appropriés doivent être mis en place.

Pour certains lieux, aucun effort de promotion n'est à prévoir. C'est le cas, par exemple, d'une exposition dans un hall d'entreprise où vous présentez un nombre limité de travaux. Vous comptez sur le passage, cette présentation ne mérite pas les efforts auxquels vous pensez pour une présentation plus complète dans un appartement privé, où vous travaillerez particulièrement la liste des invités. Pour cet exemple précis, en appartement et pour une soirée, il n'y aura pas d'effort à déployer pour la presse ; on ne peut pas médiatiser un événement qui n'a pas une durée dans le temps.

### Espaces alternatifs

Arts plastiques mais aussi musique, danse, théâtre et tout autre moyen d'expression artistique sont programmés dans ces lieux de la jeune création contemporaine.

### Nouveaux lieux pour la culture

Espaces de travail, de rencontre et de diffusion culturelle pour la rencontre éphémère ou la réalisation d'un projet, ces lieux sont généralement des friches industrielles en reconversion, ils proposent des espaces pour la jeune création et l'art actuel.

### Comment monter un dossier pour présenter votre travail auprès d'une galerie.

La démarche que nous vous proposons, consiste à proposer un dossier succinct. Il vous permettra, dans un second temps d'obtenir des rendez-vous en évitant de pénibles porte-à-porte.

Aujourd'hui, votre dossier, c'est votre site internet où l'on trouve :

- Reproductions de votre travail
- Biographie
- Texte critique

### Votre carnet d'adresses de lieux pour l'art : Identification d'un "lieu possible" pour une exposition personnelle

Constituez une base d'email de lieux pour l'art à l'aide des centres de ressources sur Internet.

voir : [www.solutions-creatives.com/ressources.htm](http://www.solutions-creatives.com/ressources.htm)

Il existe dans presque toutes les revues beaux-arts ce que l'on appelle le "calendrier des expositions". Repérez les artistes dont le travail correspond à votre démarche et notez les lieux correspondants. Vous commencez ainsi à constituer votre fichier d'email de «lieux possibles» (galeries, musées, lieux intermédiaires).

Votre fichier d'email sera complété par un travail conventionnel qui consiste, dans vos déplacements habituels, à noter les lieux dont les expositions programmées correspondent à votre propre tendance.

Rédaction et illustration de l'email à l'attention de vos interlocuteurs :

Un email ne doit pas être « encombrant » pour votre interlocuteur. Il est composé de trois éléments :

- Un visuel
- Un texte
- Un lien vers votre site

Le visuel : il sera représentatif de votre travail actuel

Le texte : il contient l'idée d'une recherche de collaboration

L'ensemble visuel + texte doit inciter votre interlocuteur à visiter votre site et à vous répondre par retour d'email ou par téléphone pour une première prise de contact.

Ce n'est pas avec une biographie, un texte critique et les quelques photos qui sont sur votre site qu'une décision rapide sera prise par votre interlocuteur. En effectuant cette démarche, vous évitez des contacts directs où l'accueil n'est pas toujours favorable.

Le rendez-vous, la visite d'atelier que vous essayez d'obtenir vous permettra de montrer votre travail dans les meilleures conditions. C'est là que la rencontre avec votre interlocuteur prendra toute sa mesure.

### Présentation aux galeries d'art

**Nous réalisons régulièrement des campagnes de présentation d'artistes auprès des Galeries d'art en France comme à l'étranger.**

Renseignement : Etienne Caveyrac, Tél. 01 53 61 17 70  
email : [caveyrac@solutions-creatives.com](mailto:caveyrac@solutions-creatives.com)

voir sur [www.solutions-creatives.com](http://www.solutions-creatives.com)