

# Fixer son prix

## dans les arts plastiques

On constate une grande disparité de revenus dans le milieu artistique. Peu d'artistes sortent du lot, jouissent d'une renommée internationale et parviennent à vivre de leur art. La plupart demeurent dans des conditions économiques assez difficiles et la rémunération de leur travail pose problème. Pourtant, tout artiste, quelle que soit sa discipline, est amené à fixer un prix à ses œuvres ou à ses prestations. On peut dégager quelques critères permettant d'objectiver leur valeur et dégager quelques pistes pour imaginer de nouvelles formes de rétribution.

Cet article propose une réflexion sur la valeur du travail artistique et tente de fournir quelques repères concernant les éléments qui déterminent le prix dans les arts plastiques. Pour ce faire, l'analyse se base notamment sur une dizaine de témoignages d'artistes plasticiens, membres de SMart et résidant à Bruxelles ou dans les environs<sup>1</sup>. On identifie deux grandes catégories parmi eux : d'une part, les jeunes artistes émergents et d'autre part, les artistes plus avancés dans leur parcours, qui sont pour la plupart actifs sur la scène internationale. Tous disent appartenir au secteur des arts plastiques et pratiquent, selon les cas, la peinture, la sculpture, la photographie, le dessin, l'illustration ou réalisent des installations. Le secteur des arts plastiques se base essentiellement sur du travail de création plutôt que sur un mode de travail à la commande (sauf dans certains créneaux comme la presse ou quand il s'agit de commandes institutionnelles par exemple). Dans bien des cas, il n'y a pas de commanditaire à la base du projet et l'artiste n'a alors pas de garantie de vendre son œuvre quand il entame une création.

### « L'ART N'A PAS DE PRIX »

Comment évaluer la qualité d'une œuvre ou le talent d'un artiste ? Ne dit-on pas que l'art n'a pas de prix ? La valeur du travail artistique est avant tout symbolique. Elle repose notamment sur la reconnaissance dont peut bénéficier un artiste et sur le plaisir qu'il retire de son travail et de son appartenance au milieu artistique. Un artiste est davantage motivé par la pratique même de son activité que par les rentrées financières qu'il peut en escompter. Le choix de se lancer dans un parcours artistique relève généralement d'une vocation.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ces témoignages ont été récoltés dans le courant de l'année 2013 dans le cadre d'une formation organisée par l'Association professionnelle des métiers de la création (APMC)-SMart « Arts plastiques et graphiques : des pistes pour fixer vos prix ».

<sup>2</sup> Collectif (sous la direction du bureau d'études de l'APMC-SMart), *Se lancer dans un parcours artistique*. Les Impressions Nouvelles/Association professionnelle des métiers de la création-SMart, Bruxelles, 2014.

Il est important d'estimer la valeur de son travail pour fixer un prix à ses œuvres ou à ses prestations. L'artiste doit oser demander un montant qui reste réaliste par rapport aux niveaux en vigueur dans son secteur (certains clients imposant des tarifs fixés selon des barèmes) et qui ne dévalue pas pour autant son travail.

## VIVRE DE SON ART

La perception de l'art par le grand public, qui considère souvent la pratique artistique comme une passion ou un hobby plutôt que comme une profession à part entière, complique également la valorisation du travail artistique. Par ailleurs, il deviendrait de plus en plus fréquent dans le secteur artistique de travailler à des tarifs très peu élevés (voire gratuitement dans certains cas), en faisant parfois face à la concurrence de personnes qui s'improvisent artistes et qui tirent les prix vers le bas (notamment dans le secteur de la photographie depuis l'avènement de la photo numérique).

Or, travailler au rabais n'est pas tenable sur le long terme pour toute personne qui souhaite développer une activité artistique et en faire son métier. Se brader peut aussi avoir comme conséquences de perdre en crédibilité et de faire douter l'acheteur potentiel de la qualité du travail. Certains artistes, surtout en début de parcours, sont prêts à accepter « n'importe quel prix » dans l'espoir d'obtenir une plus grande visibilité, d'élargir leur réseau de contacts, de se forger une expérience et ainsi, de se faire connaître. Il s'agirait toutefois d'un mauvais calcul, les bénéfices espérés ne compensant bien souvent pas le « manque à gagner » financier. Non seulement il faut bénéficier d'un certain confort matériel sur le côté (comme recevoir l'aide d'un conjoint par exemple) pour pouvoir se permettre de travailler à bas prix mais, par ailleurs, ces prix risquent de coller à la peau de l'artiste, qui pourra difficilement s'en défaire par la suite ou être pris au sérieux pour des contrats de plus grande envergure. Enfin, le temps que l'on consacre à des contrats mal payés l'est au détriment d'autres opportunités de travail potentiellement mieux rémunérées.<sup>3</sup>

Cela étant, il demeure laborieux actuellement pour un artiste de vivre de sa discipline. Il est bien souvent nécessaire de compléter les revenus issus de la pratique de son art par d'autres rentrées financières provenant d'un travail complémentaire à l'activité artistique (dans l'enseignement par exemple) ou purement alimentaire. Certains artistes bénéficient également d'allocations de chômage en dehors des jours prestés sous contrat artistique, voire ont obtenu la « protection de l'intermittence » (indument appelée « statut d'artiste »).<sup>4</sup> Ces revenus de complément leur permettent d'être plus à l'aise sur le plan financier, de constituer des réserves pour supporter certains frais liés à leur pratique (comme l'achat de matériel ou la location d'un atelier) et d'assumer les périodes où ils n'ont pas de contrats rémunérés, notamment lors des phases de création ou en l'absence de commandes sur une période donnée. En ce sens, l'assurance-chômage est parfois perçue par les artistes comme l'octroi d'« allocations de création », et non pas comme le versement d'allocations pour des jours non travaillés.

<sup>3</sup> Eve Bonin, « La valeur du travail artistique. Vie d'artiste, vie de misère ? », Lapresse.ca, 10 avril 2013.

<sup>4</sup> La « protection de l'intermittence » est un maintien du taux des allocations de chômage. En principe, une fois que le chômeur se voit accorder un taux d'allocation de chômage, ce taux ne reste pas fixe durant toute la durée du chômage. Cela signifie donc que le montant de l'allocation va diminuer avec le temps. Pour les personnes engagées sous des contrats de courte durée, le législateur a adopté une règle qui leur permet de maintenir le taux de leur allocation de chômage pour 12 mois, s'ils peuvent prouver qu'au cours de l'année qui précède, ils ont effectué au moins trois contrats de courte durée en tant qu'artiste ou technicien du spectacle. Pour en savoir plus : [www.smartbe.be](http://www.smartbe.be)

Ce photographe explique ses difficultés à vivre de son activité de photographe et la nécessité pour lui de multiplier les sources de revenus : « Mes projets personnels (principalement des reportages de photo documentaire que j'expose ou que je publie comme monographies) ne me font pas vivre comme photographe. Les publications dans la presse sont une de mes sources de revenus, en plus de ce que je perçois sous forme de concessions de droits d'auteur (quand je publie un livre dans une édition prestigieuse). A mes yeux, la presse belge (surtout du côté francophone) a un certain mépris pour les photographes, qu'elle paie très mal, voire pas du tout. Il n'y a plus qu'un ou deux organismes de presse en Belgique qui paient correctement. Il est plus intéressant financièrement de travailler à l'étranger. Je réalise aussi des commandes institutionnelles (pour des ministères notamment) pour lesquelles il y a des barèmes<sup>5</sup> avec des tarifs plus élevés que dans la presse (mais moins indécents que dans la mode). Etre photographe est un métier qui coûte cher et qui rapporte peu, c'est compliqué d'en vivre. Je dois être sur tous les fronts pour m'en sortir et rendre mon activité de photographe viable (commandes institutionnelles, ventes de tirages, bourses, publications de livres, droits d'auteur...). Le problème, c'est que si je lève le pied dans l'intensité de mon boulot, je tomberai dans l'oubli. Il faut être réaliste et quitter la vision idéalisée de "l'art pour l'art". » (G., photographe, 40-45 ans.)

## DES CRITÈRES POUR FIXER SES PRIX

Malgré la difficulté à donner une valeur au travail artistique et à vivre de sa pratique, des critères existent pour fixer le prix d'une œuvre ou d'une prestation. Certains font référence à l'esthétique, comme l'originalité de l'œuvre ou de la démarche, la maîtrise d'une technique ou d'un savoir-faire qui laisse transparaître le talent de l'artiste. D'autres critères sont plus objectifs, tels que les dimensions d'un tableau ou d'une photo, le temps de travail et les frais engagés pour réaliser une œuvre. De manière générale, on peut identifier trois protagonistes principaux qui fixent les prix dans le domaine des arts plastiques : l'artiste lui-même, le galeriste ou le marchand (premier marché) et enfin, le second marché (ou marché des salles de ventes)<sup>6</sup>.

## DU CÔTÉ DE L'ARTISTE

L'artiste doit tenir compte de plusieurs paramètres pour fixer le prix de vente de ses œuvres :

- ses coûts de production (l'achat de matériaux, le temps passé à réaliser l'œuvre, les frais de promotion...);

---

<sup>5</sup> D'après nos informations, il semble qu'il n'existerait pas de « grille barémique » en tant que telle mais des pratiques propres à chaque secteur (ou, du moins, aux gros employeurs comme la presse ou l'édition) qui font office de barèmes.

<sup>6</sup> Alain de Wasseige, « Qui fixe les prix dans le domaine des arts plastiques ? », note de travail réalisée dans le cadre de la formation « Arts plastiques et graphiques : des pistes pour fixer vos prix », organisée par l'Association professionnelle des métiers de la création-SMart, octobre 2012.

- les caractéristiques techniques de son œuvre (le format, les techniques utilisées, le nombre d'exemplaires de l'œuvre...);
- les prix de vente pratiqués par d'autres artistes (de même génération, pour des techniques et des formats semblables);
- les prix pratiqués par les intermédiaires chargés d'assurer la promotion ou la vente (sachant que les galeries prennent environ 50% du prix de vente d'une œuvre tandis que cette commission est moins élevée chez d'autres intermédiaires comme des lieux culturels et des lieux commerciaux du type café ou restaurant);
- l'état d'avancement de son parcours et ses expériences passées (le nombre d'expositions personnelles ou collectives et le prestige associé aux lieux, par exemple);
- sa renommée ou reconnaissance par le milieu artistique (au niveau local, national ou international);
- et éventuellement, sa cote ou la valeur de ses œuvres sur le second marché (voir plus loin).

A ces paramètres s'ajoutent les effets de mode : par exemple, les artistes chinois ont actuellement la cote sur le marché de l'art, si bien qu'un artiste chinois sera vendu plus cher qu'un artiste belge en début de parcours, à qualification égale et pour des œuvres de même format, technique, etc.

Cependant, il est fort possible que, s'ils tenaient compte de l'ensemble de leurs coûts de production, de nombreux artistes arriveraient à un prix de vente plus élevé que celui qu'ils peuvent immédiatement en obtenir soit en vendant eux-mêmes l'œuvre, soit en passant par un intermédiaire. Quantité d'artistes peinent à rentrer dans leurs frais, voire travaillent à perte, et misent sur une augmentation de la valeur de leur production avec le temps et dès lors, sur une hausse progressive des prix de vente de leurs œuvres ou prestations.

Ce plasticien parle de l'évolution de ses prix et de son parcours. Il souligne également l'importance des normes en vigueur dans le monde de l'art : « *Mes prix sont calculés en fonction du parcours que j'ai eu. Ils étaient très bas au début et ont augmenté avec le temps de manière graduelle. Je suis passé de travaux à 75€ à des prix entre 2.000 et 12.000€. J'ai commencé à vendre mes pièces très tôt (autour de mes 16 ans). Les prix de mes pièces ont augmenté au moment où il y a eu un intérêt collectif pour mes travaux, des collectionneurs aux critiques et curateurs qui font la loi du marché. Une sorte de courbe de prix est fixée en fonction de la taille de l'œuvre, du médium, de la rareté, etc. Le prix est aussi déterminé selon une norme consensuelle de ce qui se fait dans le métier, par rapport au parcours (reconnaissance des institutions, intérêt de certains collectionneurs, présence des œuvres dans des collections d'art importantes, participation à des expositions importantes, internationalisation). Cette norme est assez floue et les prix sont évalués en concertation avec les galeristes, en fonction aussi de ce qu'un collectionneur veut bien mettre sur la table pour acquérir une œuvre d'art. Il s'agit donc d'évaluer le consensus "prix" autour de sa production*

artistique. Les prix sont aussi fonction de ce que coûte la pratique artistique (les frais de production, les frais d'atelier et éventuellement, l'embauche d'assistants), surtout quand la production d'une pièce coûte beaucoup d'argent. Si une sculpture a coûté 10.000€ en production, il est normal qu'elle soit plus chère. Dans mon cas, j'adapte mes frais de production aux prix auxquels mes pièces partent. » (S., plasticien, 35-40 ans.)

## CHEZ LE GALERISTE OU LE MARCHAND

Quand un artiste travaille avec une galerie ou un marchand d'art, le prix de ses œuvres est généralement établi en concertation avec ces intermédiaires. Ceux-ci font à leur tour intervenir différents paramètres pour fixer le prix de vente d'une œuvre : leurs coûts fixes, les coûts liés à l'exposition elle-même, les coûts liés au travail sur la durée, les prix qu'ils pratiquent habituellement pour d'autres artistes, les prix que leur clientèle habituelle peut donner pour acquérir un type d'œuvre analogue, la renommée ou reconnaissance du lieu par le milieu artistique. Travailler avec une galerie constitue un véritable atout. C'est un métier à part entière de vendre de l'art, qui nécessite beaucoup de temps et d'investissement de la part du galeriste ou du marchand. Pour l'artiste, cela lui permet d'accéder à une certaine reconnaissance sur le marché de l'art.

D'après cette sculptrice et peintre, le choix du galeriste qui représente l'artiste est déterminant : « Je fixe un prix avec l'avis d'un galeriste (je suis représentée par plusieurs galeries). Ce prix augmente de 5% par an environ. Mais il est très important de sentir ce que le galeriste est prêt à vendre car c'est sa confiance dans ce que l'on fait qui va permettre de justifier le prix. Si vous vendez une terre cuite peinte à l'acrylique à un endroit, il n'est pas du tout certain qu'à un autre, elle partira. Car chaque galerie a un public déterminé avec un certain pouvoir d'achat. Il vaut mieux laisser tomber les galeries qui disent que c'est trop cher et qui pignochent sur les tarifs. Cela signifie qu'ils n'ont pas la clientèle. » (C., sculptrice et peintre, 45-50 ans.)

## SUR LE SECOND MARCHÉ

Le second marché (ou marché des salles de ventes) est le seul à donner une cote<sup>7</sup>, qui représente la valeur « objective » (dans le sens admise par tous) des œuvres obtenue en fonction de la demande. Il concerne uniquement une minorité d'artistes qui sont déjà très établis. En effet, il est peu significatif pour ceux, très nombreux, dont les œuvres ne font pas l'objet de reventes, pour les très nouveaux courants esthétiques (mais cela va de plus en plus vite et le *street art* a maintenant une cote sur le second marché) ou encore pour les œuvres appartenant à des marchés spécifiques qui ne font pas ou fort peu l'objet de ventes publiques (art public, installations et art vidéo par exemple).

---

<sup>7</sup>Voir notamment le site Artprice.com (informations réservées aux abonnés).

L'introduction d'œuvres sur le second marché comporte aussi des aléas, surtout si elle s'avère trop précoce. En mettant en vente une œuvre aux enchères, le galeriste prend le risque que la cote fixée par le second marché soit inférieure au prix qu'il vendait en direct à ses collectionneurs. Cela peut être négatif, avec la conséquence d'une dépréciation de l'œuvre qu'il faudra longtemps pour réévaluer et la tentation pour le galeriste de racheter l'œuvre lui-même pour maintenir son prix.

## D'AUTRES PISTES DE RÉMUNÉRATION ?

Il existe des interactions entre ces trois grands acteurs (l'artiste, le galeriste ou le marchand et le second marché) dans la fixation des prix. Cependant, tous les artistes dans les arts plastiques ne travaillent pas avec des galeristes et moins nombreux encore sont ceux à avoir une cote sur le second marché. Par rapport au nombre total d'artistes plasticiens, une très petite minorité seulement parvient à vivre de son art par le biais des ventes d'œuvres.

Il n'y a pas de règles absolues pour fixer ses prix dans le secteur artistique. La valeur d'une œuvre ou d'une prestation dépend largement de la qualité du travail et de la renommée de l'artiste. Un créateur peut être en vue à un moment donné, suite à sa participation à une exposition d'envergure internationale, ou son travail peut être très demandé s'il correspond aux modes en cours sur le marché de l'art. Rien n'est pourtant acquis et ce même artiste peut retomber dans l'oubli par la suite. L'incertitude fait partie de son métier. L'acte de création constitue son leitmotiv et forme la base de sa vocation. Il importe toutefois de garder à l'esprit qu'être artiste, c'est aussi se donner la possibilité de vendre son œuvre.

Il serait utile d'imaginer de nouvelles formes de rétribution a minima des artistes, voire des formes de mutualisation, et d'encourager un changement d'habitudes dans le secteur artistique. Dans la situation actuelle, « pas de ventes » signifie généralement « pas de revenus » pour l'artiste. Or, une galerie pourrait offrir une rémunération à l'artiste qu'il expose pour sa présence lors du vernissage, car ce dernier contribue aussi à la vente de ses œuvres auprès d'acheteurs potentiels. D'autant que si l'artiste est au chômage, il doit noircir sa case sur sa carte de chômage et ne bénéficiera pas d'allocations pour cette journée, n'étant pas disponible sur le marché de l'emploi. Une autre piste à envisager serait de mettre en place une politique publique qui favoriserait les artistes émergents, notamment en instaurant un droit de monstration pour les organisations subventionnées. Comme on l'a évoqué plus haut, les allocations de chômage ou la « protection de l'intermittence » dont bénéficient certains artistes pourraient être perçues comme un soutien à la création plutôt que comme des allocations pour des jours sans travail rémunéré.

Enfin, il serait intéressant de mieux outiller les artistes face à ces questions de fixation du prix. Quelques rares initiatives existent dans les écoles artistiques pour préparer les étudiants à la vie professionnelle. A cet égard, on peut citer le séminaire « Sociologie de

l'art : après l'école » organisé à La Cambre pour les étudiants de dernière année<sup>8</sup>. Cependant, ce séminaire n'est pas obligatoire et rencontre assez peu de succès auprès des étudiants (qui, par la suite, une fois sortis de l'école, regrettent de ne pas l'avoir suivi). Des formations (notamment celles proposées par l'Association professionnelle des métiers de la création-SMart<sup>9</sup>) servent à combler un manque évident actuellement mais il serait nécessaire également d'intégrer davantage l'enseignement de notions liées à l'entrepreneuriat (culturel) dans les programmes des formations artistiques.<sup>10</sup>

ANNE DUJARDIN

Bureau d'études  
de l'Association professionnelle des métiers de la création – SMart

Mai 2014

---

<sup>8</sup> <http://www.lacambre.be/index.php?nodeid=49>

<sup>9</sup> <http://smartbe.be/fr/services/formation/sujets/>

<sup>10</sup> A ce sujet, lire notamment l'article de Giep Hagoort, « L'enseignement de l'entrepreneuriat culturel », dans Collectif (sous la direction du Bureau d'études de SMartBe), *L'artiste, un entrepreneur ?*, Les Impressions Nouvelles/SMartBe, Bruxelles, 2011.

---

## SOURCES ET RESSOURCES

Collectif (sous la direction du Bureau d'études de SMartBe), *L'artiste, un entrepreneur ?*, Les Impressions Nouvelles/SMartBe, Bruxelles, 2011.

Flora Bajard et Marc Perrenoud, « "Ça n'a pas de prix". Diversité des modes de rétribution du travail des artisans d'art », *Sociétés contemporaines*, vol. 3, n° 91, 2013, pp. 93-116.

Pascale Bédard, « Les conditions de vie et de pratiques des artistes en arts visuels au Québec et en Belgique francophone », *thèse de doctorat en sociologie*, Université du Québec à Montréal/Université Libre de Bruxelles, 2014 (à paraître).

Laurence Bourgeois, *Profession artiste. Vivre de son art*, Eyrolles, Paris, 2012.

Emilie Bouvard, « Les jeunes artistes plasticiens aujourd'hui en France : émerger, oui, mais à quel prix ? », dans Collectif (sous la direction d'Agnès Graceffa), *Vivre de son art. Histoire du statut de l'artiste, XVe-XXIe siècles*, Hermann Editeurs/SMartFr, Paris, 2012, pp. 251-264.

Xavier Greffe, *Artistes et marchés*, La Documentation française, Paris, 2007.

François Rouet, « Comment se pose la question des prix dans le domaine culturel ? », dans Olivier Donnat et Sylvie Octobre (dir.), *Les publics des équipements culturels. Méthodes et résultats d'enquêtes*, Ministère de la Culture et de la Communication, DEP, Paris, 2001, pp. 139-146.

Olav Velthuis, *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*, Princeton University Press, Princeton, 2005.

---

Merci à Perrine Pautré et Carmelo Virone pour leur relecture attentive et leurs remarques judicieuses qui ont contribué à enrichir cet article.