

L'artiste et son marché.



Le marché de l'art, par Louis Bruens

Combien de fois n'ai-je pas entendu des peintres ou des sculpteurs se plaindre de ne pouvoir vivre de leur art! Les raisons : ventes insuffisantes, manque d'intérêt des galeries d'art, absence d'un agent ou incompétence de ce dernier, et quelques autres causes d'insuccès professionnel expliquées ci-après.

Pourtant, je connais personnellement certains artistes en arts visuels sans problèmes financiers. Ils gèrent leur profession comme des gens d'affaires avertis, mais il est vrai que certains d'entr'eux ont un agent actif. Ils ne font naturellement pas partie de cette grande colonie artistique, colonie qui, au Québec, compte approximativement 12 000 membres. Près de huit mille se prétendent « *peintres ou sculpteurs professionnels* ». Ils sont nombreux à gagner moins de dix mille dollars par année, mais animés par une foi inébranlable, ils persistent et persévèrent patiemment, année après année et leurs œuvres s'accumulent dans la cave ou au grenier. Nous avons au Québec d'excellents artistes, mais malheureusement, ils sont nombreux à ne pas avoir compris qu'un tableau ou une sculpture est un « PRODUIT », un produit semblable à tous les produits résultant d'une activité humaine et qui, pour être distribué, souffre des mêmes exigences publicitaires, de mise en marché et de commercialisation que tous les articles de luxe et plus encore.

Notre base de données compte plus de sept cents « galeries d'art » au Québec et près de 2 500 au Canada, en 2008. Il me faut rappeler au lecteur qu'en 1960, il y avait à peine une dizaine de bonnes galeries et quelques vulgaires boutiques à tableaux, marchands de copies reproduites en Asie, particulièrement à Taïwan, d'après des tableaux occidentaux – d'où nous vient, devant une croûte mal fichue, la vieille désignation : « *ça, c'est du vrai Taiwan* » – Ce genre de

boutique est reconnaissable au nombre de tableaux collés les uns sur les autres, de bas en haut des murs. Ce genre de lieux de vente n'est certainement pas recommandé aux artistes sérieux.

Au cours des années soixante, j'avais 29 ans et suis devenu marchand de tableaux itinérant après avoir travaillé quelques années à Radio-Canada comme scripteur et humoriste. Une grève des réalisateurs m'a poussé vers d'autres horizons. Je voyageais dans tous les coins du Québec et dans le Nord de l'Ontario, en transportant chaque semaine une trentaine de tableaux dans ma voiture. Partout où je passais, je donnais des conférences, sur le sujet de la peinture et son histoire au Québec (histoire que j'avais étudiée en quelques mois); les entrées étaient gratuites. Mes conférences, bien annoncées, recevaient toujours entre trois et cinq cents personnes et avant mes derniers mots, je conseillais à mon public de ne pas quitter la salle avant d'avoir pris rendez-vous pour examiner des tableaux sur leurs murs. À cette époque, il fallait de l'audace pour parler d'art de cette façon, mais j'étais jeune et j'avais une grosse famille à faire vivre (j'ai eu huit enfants); je recueillais ainsi de nombreux rendez-vous au cours desquels je proposais et je vendais des tableaux canadiens, québécois et quelques tableaux de France et de Belgique. Le Groupe des Sept, M.-A Fortin, Suzor Côté, Riopelle, etc. Mes ventes s'élevaient à une moyenne de 12 à 15 tableaux par semaine à des prix variant de 400 à 1 000 dollars. Je « débarquais » tous mes tableaux dans chaque maison visitée et les clients passaient une belle soirée à examiner et à faire le choix d'un ou de plusieurs tableaux tout en buvant un verre.

Naturellement, j'avais mis au point une technique de vente en fonction de l'investissement à moyen et long terme. J'ai revu beaucoup plus tard quelques-uns de mes anciens clients, très heureux d'avoir réalisé d'excellents profits à la revente de leurs tableaux. Ce qui n'est pas étonnant. À cette époque, je vendais de grands *Riopelle* entre 1 200 et 2 000 dollars. Des œuvres de *M.-A. Fortin* de 500 à 800 dollars, du Groupe des Sept de à 1 200 dollars et tant d'autres.

Il nous suffit de vérifier les ventes des tableaux de ces artistes depuis une vingtaine d'années pour être stupéfiés; il n'est plus rare de voir des œuvres vendues 300 dollars, il y a trente ans ou quarante ans, atteindre aujourd'hui des prix de 100 000, 400 000 ou plus d'un million de dollars. Aucun placement au monde n'est aussi rentable que l'œuvre d'art... mais attention, c'est un marché à long terme, à savoir de 25 à 40 ans. Rien de tel comme héritage ou comme plan de retraite, à condition de commencer tôt et de s'adresser à des professionnels reconnus avant d'acheter.

Toutes ces années, au cours des visites à domicile, j'ai appris toujours plus sur les goûts, les désirs, les réactions, les envies de tant de gens, et surtout, leurs manières de choisir un tableau plutôt qu'un autre. En dirigeant plusieurs galeries d'art, j'ai retrouvé les mêmes caractéristiques chez les acheteurs. Aujourd'hui, en 2008, rien ne semble avoir changé à ce niveau.

C'est après un accident, en 1966, que j'ai eu l'occasion d'étudier l'expertise photographique des œuvres d'art à Paris durant plusieurs mois ainsi que tout ce qui touche à l'investissement et particulièrement le marché de l'art. Élevé par un père photographe scientifique, peintre et sculpteur, je n'ai eu aucune difficulté à m'adapter à ce genre d'expertise macro et micro photographique.

Les années ont passé et aujourd'hui, en 2008, je constate que là encore rien n'a changé dans le marché de l'art, sinon le nombre de galeries, d'artistes et d'amateurs d'art, mais, chose étonnante, la plupart de ces derniers n'ont pas encore pris conscience de l'importance, pour eux-mêmes, de l'intérêt de se monter une collection; ils voient seulement dans le tableau, l'objet qui décore un mur. Qui plus est, au Québec, nous n'avons pas d'émission de télévision sur le sujet des arts visuels et les journaux spécialisés ne se donnent pas la peine de se pencher sur la valeur des investissements en art.

Ils sont nombreux les peintres qui de nos jours se font réaliser un site web, espérant par là que tout le monde le verra. Mais, un site web qui n'est pas annoncé par les divers moyens répétés de diffusion n'est vu que par la famille des artistes et quelques amis; seul le hasard fera visiter leur site par quelques personnes du métier et non par des acheteurs. Il leur en coûterait beaucoup moins de faire imprimer un ou deux milliers de dépliants et de les envoyer par tranche de vingt-cinq par semaine à des avocats, médecins, homme d'affaires, politiciens, enfin à des gens susceptibles d'être intéressés aux arts, ce que font d'ailleurs les galeristes.

Un autre problème habite de nombreux artistes peintres : le temps. Seul le temps fera qu'un artiste sera connu. Ils sont nombreux ceux qui œuvrent depuis trois ou cinq ans et qui sont étonnés de ne pas percer le marché aussi vite qu'ils le croyaient, or, à moins de dix ans de pratique quotidienne, et c'est le minimum, le talent d'un peintre, d'un sculpteur et même un d'illustrateur, ne pourra prétendre à être reconnu. La moyenne valable pour vivre de son art varie de quinze à vingt ans. Hélas!

Ce qui ne veut pas dire qu'un jeune artiste ne doit pas faire des efforts dès ses débuts pour se diffuser, lui et son travail, car la force de la publicité ou de la diffusion réside en la répétition.

Il est encore un sujet épineux. Trop de jeunes artistes proposent leurs « œuvres » à des prix beaucoup trop élevés par rapport à leur expérience. Ce sont parfois les galeristes qui décident de ces prix trop élevés pour les œuvres d'un jeune et nouvel artiste, qui tout en étant excellent, ne pourra plus augmenter ledit prix après quelques années sans voir ses ventes tomber dramatiquement et par la suite se faire rejeter par les marchands de tableaux.

À l'Académie Internationale des Beaux-Arts du Québec, nous nous efforçons d'envoyer chaque semaine des milliers de courriels dans tous les coins du Québec et du monde. Les artistes membres de l'Académie possèdent leur propre galerie d'art au sein même des sites de l'Académie et les amateurs d'art peuvent ainsi voir quelques milliers d'œuvres d'art souvent renouvelées.

Depuis janvier 2007, le site web de l'Académie a reçu près de vingt millions de requêtes relevées en date du 18 avril 2007. Plusieurs de nos membres ont été demandés par des galeristes après une visite dans nos pages. D'autres ont vendu des tableaux en direct à des amateurs d'art, habitués à nous visiter ou à voter dans nos concours. C'est ce qu'on nomme une réelle mise en marché ou si vous préférez une vraie campagne « marketing ».

D'ici peu, étant donné le manque d'intérêt des stations de télévision du Québec pour les arts visuels, l'Académie émettra des chroniques et des interviews vidéo sur le ArtAcademie.tv, sur Internet, émissions qui permettront aux intéressés de poser des questions et des suggestions en direct à Louis et Caroline Bruens.

Pour tous renseignements, les artistes, les amateurs d'art ou les marchands de tableaux sont priés de suivre les indications suivantes.

Artistes : Dans l'onglet «INSCRIPTION» du site officiel www.artacademie.com lisez la [lettre aux artistes](#) , puis complétez [le formulaire d'inscription](#) . Nous pourrons dès lors procéder à l'étude de votre dossier et vous proposer un plan de carrière personnalisé.

Galeriste : [www. artacademie.com](http://www.artacademie.com) ou (819) 326-9264

Amateurs d'art : www.artacademie.com ou (819) 326-9264