

## **H1 - Comment fonctionne une galerie d'art ?**

**Les galeries d'art sont des lieux multiples dont les activités, qui sont aussi et surtout celles du ou de la galeriste, se complètent l'une l'autre au fil de l'année. Découverte et promotion d'artistes, présentation d'œuvres, négociation, rencontres, logistique et contrat : découvrez le fonctionnement d'une galerie d'art. Les**

## **H2 - Quels sont les différents rôles d'une galerie d'art ?**

La galerie d'art est le moteur essentiel du marché de l'art car elle est le lieu où les artistes naissent pour les collectionneurs, du moins pour ce qui concerne les arts contemporains : peinture, sculpture, photographie, etc. Mais c'est aussi la galerie qui fait exister les objets pour ce qui est de l'antiquité et des arts anciens, car les marchands, s'ils ne trouvent pas de nouveaux artistes, ont pour activité de trouver des objets à présenter.

Pour le public, la galerie est un lieu où il est possible de :

- Découvrir des artistes,
- Voir des oeuvres d'artistes célèbres,
- Acheter des oeuvres en bénéficiant de conseils aussi bien en terme artistiques, qu'en terme de côte, d'investissement, ou de fiscalité,
- Nouer des liens de confiance entre collectionneurs-artistes-galeriste,
- Rencontrer d'autres collectionneurs, artistes ou marchands lors des vernissages,
- Retrouver les œuvres vues sur un salon international par exemple.

La galerie sert de lieu fixe, soit unique, soit en plusieurs succursales dans les grandes places du marché. Elle va à la rencontre des collectionneurs en étant présente au sein des salons et grands événements annuels.

Pour les artistes, les galeries sont les différents lieux qui leur permettent de rencontrer leur public mais aussi de vivre de leur

art. Les expositions et événements dans les galeries rythment leurs plannings et leur production.

La différence entre une galerie et un musée est véritablement le fait qu'il est possible d'acheter ce qui est présenté en galerie.

Pour les professionnels, les galeries sont des lieux de vente et de négociation, qui peuvent fonctionner en complémentarité selon leurs spécialités.

Lire aussi : [Ouvrir une galerie d'art](#)

## **H2 - Comment choisir les œuvres exposées dans une galerie ?**

Le ou la galeriste a pour rôle de défendre les artistes dont il ou elle apprécie le travail ainsi que sa valeur sur le marché. Il ou elle se tient informé(e), en fonctionnant par réseautage pour découvrir de nouvelles œuvres.

Par sa renommée, sa connaissance des styles, sa capacité d'achat et celle de ses clients, mais aussi sa spécialisation, le ou la galeriste qui décide de présenter un artiste lui apporte une véritable caution.

Découvrir le [métier de galeriste](#)

Le choix des œuvres présentées est tout à fait personnel, mais il obéit aussi à une logique commerciale d'offre et de demande et doit bien sûr être adapté à la clientèle de la galerie.

Le ou la galeriste propose un prix de vente et une commission qui comprend son travail, parfois un contrat d'exclusivité, la prise en charge des achats de matériel, de transport, ainsi que les conditions de la collaboration.

Les œuvres anciennes sont aussi tirées de collections personnelles grâce au rapport de confiance établi avec les clients, ou leurs familles qui peuvent faire appel à une galerie pour se séparer d'une œuvre. D'autres enfin, sont achetées aux enchères, ou à des musées.

## **H2 - L'aménagement d'une galerie pour attirer des visiteurs**

La scénographie de l'espace est très importante pour capter le regard et l'intérêt des potentiels acheteurs. Là encore, c'est le travail du galeriste, ou de ses équipes s'il s'agit d'une grande galerie, de décider des techniques qui mettent le plus en valeur les objets. Certaines galeries changent beaucoup au cours de l'année, d'autres ont une organisation plus permanente.

De nombreux éléments interviennent :

- Exposition individuelle, collective, thématique, complémentarité des pièces, styles et époques,
- Éclairage, podiums,
- Nombre d'oeuvres présentées, espace et volume alloué,
- Cartels de présentation,
- Catalogues,
- Peinture ou revêtement des murs, mais aussi des sols, style d'accrochage, encadrement,
- Sièges et petit salon ou bureau à l'écart pour les négociations.

En savoir plus : [Organiser une exposition d'art](#)

Certains éléments peuvent être précisés avec les artistes en fonction de leurs œuvres et de l'esprit qu'ils souhaitent transmettre autour de leur présentation. Un soin particulier est bien entendu apporté lors des vernissages.

## **H2 - L'importance de l'accueil et des conseils en galerie d'art**

Les visiteurs des galeries d'art sont de deux grands types : soit ils sont déjà clients, soit ils ne le sont pas encore et peuvent potentiellement le devenir. En galerie, le sens du contact est central, car déclencher un achat d'art qui n'était pas prévu ou encore s'attacher la confiance d'un collectionneur est capital.

D'ailleurs un nouveau client qui a fait un achat revient généralement dans la galerie pour en faire un second.

Le rapport entre l'œuvre et son prix doit se faire sur l'histoire, la démarche, l'esthétique, parfois également sur la promesse d'une valeur montante. Le ou la

galeriste doit réussir à cerner la personnalité de ses clients et savoir quel est son élément déclencheur : coup de cœur, investissement, cadeau, etc.

Les vendeurs et vendeuses doivent pouvoir répondre à toutes les questions des clients, mais ils doivent également être capables de les embarquer dans l'imaginaire de l'artiste, sa démarche, de lui présenter son parcours, sa cote, etc. Connaître les œuvres sur le bout des doigts est primordial.

Enfin, les conseils financiers et fiscaux font partie des services de la galerie. Ils sont très appréciés et peuvent permettre de déclencher des ventes : achat pour le compte d'une entreprise, crédits d'impôts pour les artistes vivants, leasing, etc. Les systèmes d'achats doivent être présentés en fonction de chaque situation.

## **H2 - Garantir l'authenticité des œuvres dans une galerie**

La galerie, en tant que vendeur, est responsable de l'authenticité ou de la provenance des œuvres et doit fournir une facture et un certificat avec chaque œuvre vendue. Celui-ci sert de carte d'identité à l'œuvre.

S'il s'agit d'un artiste vivant, la galerie fournit, avec la facture, un certificat mentionnant :

- le nom de l'artiste,
- le titre de l'œuvre,
- les dimensions,
- le support, &é”
- les techniques,
- l'année de réalisation,
- la signature de l'artiste n'est pas obligatoire mais recommandée.

(Attention le nom du vendeur, de l'acheteur et le prix sont mentionnés sur la facture et non sur le certificat qui, lui, suivra l'œuvre au cours de son existence et de ses futurs acquéreurs).

S'il s'agit d'un artiste décédé, la galerie fournit les documents qui accompagnent l'œuvre qu'elle a elle-même reçus au moment de son achat.

Un certificat peut également être produit par un expert reconnu, ou un laboratoire dans le cas d'une datation.

Attention, la galerie peut décider d'offrir le transport/la livraison ou de le facturer et prend soin des assurances adéquates. Elle doit également veiller aux taxes douanières.

Se former aux métiers de l'art : [formation marché de l'art](#)

## **H2 - Les différents types de galeries d'art**

Les galeries d'art se classent de diverses manières :

- par type d'œuvres présentées : peinture, photo, arts anciens, curiosités, mobilier, etc.
- par époque : haute époque, contemporain, moderne, archéologie etc.
- par région, pays ou continent : Océanie, Asie, Japon, Afrique, etc.

Mais elles sont aussi considérées en fonction de leur importance, il s'agit là de l'importance des œuvres qu'elles présentent : artistes majeurs, prix élevés, showrooms dans plusieurs grandes capitales, présence sur les prestigieux salons internationaux, carnet d'adresse.

## **H2 - Galeries d'art : l'impact du numérique**

Les collectionneurs engagés sont très friands de nouveautés et de découvertes. Grâce au numérique, de nombreuses transactions sont accélérées :

- les réseaux sociaux et les applis de messagerie instantanée permettent de transmettre directement des photos des pièces aux clients précieux. Ils permettent de créer des liens privilégiés et de proximité.
- Les espaces de vente aux enchères en ligne permettent de participer quelque soit sa localisation.
- Les différentes galeries en ligne permettent une première approche avec des clients qui ne seraient pas venus en physique. Les moteurs de recherche permettent aux objets et galeries d'être trouvés plus facilement et d'effectuer des ventes en ligne.

