



---

L'ORIGINAL · GUIDE PRATIQUE POUR ARTISTES

GUIDE PRATIQUE · TARIFICATION

# Comment hausser tes prix sans perdre tes acheteurs.

*Trois règles d'or, cinq déclencheurs légitimes, quatre pièges à éviter.  
La méthode en cinq étapes et les trois scripts de communication.*

PAR **DORIAN VERDIER**  
FONDATEUR DE L'ORIGINAL

LORIGINAL.ORG  
ÉDITION 2026

LABRONA — ŒUVRE REPRÉSENTATIVE D'UNE COTE CONSTRUITE SUR 27 ANS

## INTRODUCTION

# Pourquoi tu augmentes trop rarement tes prix

*J'ai accompagné une artiste à L'Original qui vendait à 1 800 \$ une œuvre 24 × 36 pouces en 2020. En 2024, elle vendait toujours à 1 800 \$.*

Pendant ces 4 ans : inflation cumulée 18 %, sa carrière avait gagné 2 expositions en galerie, 1 article dans Vie des Arts, 6 ventes documentées dans le secteur. Sa valeur réelle avait monté de 40 à 60 %. Mais elle gardait les mêmes prix par peur de perdre ses acheteurs.

*C'est l'erreur la plus commune. Les artistes craignent l'augmentation. Mais ne pas augmenter détruit aussi ta cote, à long terme.*

L'objectif de ce guide : te donner la méthode exacte pour augmenter sans casser la confiance de tes acheteurs existants. Trois règles d'or, cinq déclencheurs légitimes, quatre pièges à éviter, une méthode en cinq étapes, et trois scripts de communication prêts à adapter.

Pour la méthode complète, voir : [loriginal.org/fr/blogue/augmenter-prix-artiste](https://loriginal.org/fr/blogue/augmenter-prix-artiste)

• • •

## LE PRINCIPE FONDAMENTAL

## Ne pas augmenter coûte aussi cher qu'augmenter trop

Un artiste qui maintient ses prix pendant 5 ans envoie un signal involontaire : « ma cote n'évolue pas, mon parcours n'évolue pas, ma valeur ne monte pas ». Les collectionneurs sophistiqués lisent ce signal. Les nouveaux acheteurs aussi. La stagnation tarifaire est un message — souvent plus dommageable qu'une hausse maladroite.

L'augmentation est un acte stratégique normal, comme la mise à jour annuelle d'un portfolio (voir M01-LM04). Elle doit être planifiée, justifiée, communiquée, mesurée.

---

## LES TROIS RÈGLES D'OR

# Avant toute hausse, ces trois principes

## 01 Augmenter régulièrement, pas sporadiquement

Une artiste qui passe de 1 800 \$ à 2 800 \$ d'un seul coup choque ses acheteurs. Une artiste qui passe de 1 800 \$ à 2 000 \$ puis 2 200 \$ puis 2 500 \$ sur 24 mois passe inaperçue.

*Règle d'or chiffrée : 10-15 % d'augmentation annuelle pour artistes en progression normale.  
20-25 % si année exceptionnelle (grosse exposition, bourse majeure, presse importante).*

## 02 Augmenter sur les nouvelles œuvres, pas les anciennes

Tes œuvres invendues actuelles gardent leur prix. Tes nouvelles séries lancent au nouveau tarif. Cela évite la confusion et la frustration des collectionneurs ayant déjà acheté. Un acheteur qui voit son investissement de 2023 doublé en 2025 sent une rupture de contrat moral, même s'il n'y en a pas eu.

## 03 Augmenter cohéremment partout

Si tu augmentes ton prix en galerie, augmente aussi sur site personnel, foires, ventes directes, plateformes Artsy. **Cohérence absolue.** Sinon collectionneurs comparent et achètent au moins cher — et toi tu perds la confiance de ta galerie.

LES BONNES RAISONS

# Cinq déclencheurs légitimes

Un seul de ces cinq déclencheurs suffit à justifier une augmentation. Plusieurs simultanés justifient une hausse plus marquée.

DÉCLENCHEUR 01 · MARQUEURS INSTITUTIONNELS OBTENUS

|                                                            |          |
|------------------------------------------------------------|----------|
| Bourse CALQ obtenue                                        | +10-20 % |
| Première exposition en galerie reconnue                    | +15-25 % |
| Article dans Le Devoir, La Presse ou Vie des Arts          | +10-15 % |
| Acquisition par Banque d'art du Conseil des arts du Canada | +20-30 % |
| Présence dans collection publique majeure (MAC, MNBAQ)     | +30-40 % |

*Ces marqueurs créent une valeur additionnelle réelle. Augmentation justifiée et défendable face à un acheteur curieux.*



PHOTO HUGO-SÉBASTIEN AUBERT, LA PRESSE

Normand Giguère et Dorian Verdier, de la galerie L'Original, entourent Zilon, figure de l'art urbain montréalais.

#### LA PRESSE · ARTS VISUELS · ARTICLE « HOMMAGE AUX PIONNIERS »

*Un article La Presse Arts visuels est un déclencheur typique de +10-15 % sur les nouvelles œuvres. Il faut idéalement mentionner ce marqueur dans la communication aux collectionneurs fidèles — c'est le contenu central des scripts présentés plus loin.*

## DÉCLENCHEUR 02 · LA DEMANDE DÉPASSE L'OFFRE

Si tes œuvres se vendent en moins de 3 mois après production, ton prix est probablement trop bas. Augmente graduellement jusqu'à atteindre un équilibre de 6-12 mois entre production et vente.

*Indicateur fort : si tu as une liste d'attente pour commissions, augmente immédiatement de 15-25 %. La file d'attente est le signal le plus clair que ton marché peut absorber une hausse.*

## DÉCLENCHEUR 03 · VOLUME DE PRODUCTION RARE

Si tu produis 8 œuvres/an au lieu de 24, ton tarif unitaire doit être plus élevé pour générer un revenu viable. La rareté contribue mécaniquement à la valeur. Une production lente bien menée vaut mieux qu'une production rapide qui dilue ta cote.

## DÉCLENCHEUR 04 · INFLATION SIMPLE

Inflation au Canada autour de 3-4 % par an récemment. **Au minimum, augmente de l'inflation chaque année.** Sinon la valeur réelle de tes œuvres baisse mécaniquement. Cette hausse-là n'a même pas besoin d'être justifiée par un marqueur institutionnel — c'est une mise à jour mathématique.

## DÉCLENCHEUR 05 · ÉVOLUTION DE TA DÉMARCHE

Si tu passes d'un style à une démarche plus ambitieuse — formats plus grands, techniques plus complexes, séries plus structurées — ton tarif doit refléter cette évolution. Le marché paie pour la maturité artistique, pas seulement pour les centimètres carrés.

• • •

## LES MAUVAISES RAISONS

# Quatre raisons qui ne justifient pas

## 01 « Je veux gagner plus »

Si tu augmentes parce que tu veux gagner plus sans changement réel dans ton positionnement, les acheteurs sentent et désertent. Le besoin financier n'est jamais visible aux yeux du marché — seuls les marqueurs concrets le sont.

## 02 « Mon collègue a augmenté »

Comparaison avec d'autres artistes peut alimenter l'envie mais pas justifier une augmentation. Ta cote dépend de TON parcours, pas du sien. Un artiste plus avancé que toi a peut-être obtenu une bourse CALQ et une acquisition Banque d'art — tu ne le sais pas toujours.

## 03 « Inflation » (pour une grosse hausse)

L'inflation est un argument valable pour 2-4 % annuel, pas pour une augmentation de 30 %. Inflation seule justifie hausse modeste. Pour plus, il faut un marqueur réel.

## 04 « La galerie veut augmenter »

Si la galerie pousse une augmentation mais que ta cote n'a pas évolué, c'est dangereux. La galerie peut avoir intérêt à augmenter les prix (commission plus élevée) sans considérer ton positionnement long terme. **Cohérence avec ton parcours doit toujours primer.**

• • •

### LA MÉTHODE

## Cinq étapes sur trois mois

Du diagnostic à la mise en marché, voici le déroulé exact recommandé. Durée totale : environ 90 jours de la décision au lancement public.

## 01

**Auditer ta cote actuelle****1 SEMAINE**

Inventaire de tous tes prix actuels par format et médium. Tes 5 derniers marqueurs obtenus (expositions, bourses, presse). Vente moyenne mensuelle. Délai moyen entre production et vente d'une œuvre. Ce diagnostic révèle ta situation objective.

## 02

**Comparer avec tes pairs****1 SEMAINE**

Sans copier, identifier 3-5 artistes à niveau équivalent (même médium, même phase de carrière). Comparer leurs prix publics. Tu trouveras typiquement 30-60 % de différence entre artistes équivalents. Toi-même probablement sous ou sur le marché.

## 03

**Définir le nouveau tarif****3-5 JOURS**

Sur la base du diagnostic et de la comparaison, fixer ton nouveau tarif. Garder cohérent avec barème pouce carré (voir calculateur du module 2). Augmentation typique : 10-15 % pour évolution normale, 20-25 % si marqueurs forts récents.

## 04

**Communiquer le changement****4-8 SEMAINES AVANT LANCEMENT**

**Communication interne** (galeriste, collectionneurs fidèles) : 4-8 semaines avant changement public. Explication brève des raisons. Pas justifier excessivement.

**Communication publique** : lancement de nouvelle série au nouveau tarif. Pas d'annonce explicite « j'augmente mes prix ». Le nouveau tarif est juste affiché sur les nouvelles œuvres.

## 05

**Surveiller l'impact****3-6 MOIS POST-LANCEMENT**

Vente s'est-elle ralentie ? Si oui, ralentissement temporaire (3-6 mois) ou structurel (plus de 12 mois) ? Acheteurs précédents reviennent-ils au nouveau prix ? Nouveaux acheteurs apparaissent-ils ? Si vente ralentit structurellement après 12 mois, soit l'augmentation était trop forte, soit elle n'était pas justifiée par marqueurs réels.

## COMMUNIQUER

## Trois scripts prêts à adapter

L'augmentation se joue à 50 % dans la fixation du tarif et à 50 % dans la communication. Voici les trois scripts qui couvrent les trois situations les plus fréquentes.

**ATELIER-GALERIE L'ORIGINAL SAINT-DENIS · ACCROCHAGE PERMANENT**

*L'inventaire visible chez L'Original Saint-Denis donne aux collectionneurs une lecture immédiate du positionnement tarifaire de chaque artiste représenté. La cohérence entre prix affichés, médium, format et signature de l'artiste est la première chose qu'un acheteur expérimenté vérifie.*

## 01 Pour ton collectionneur fidèle

**FORMAT** · EMAIL COURT · **TIMING** · 4-8 SEMAINES AVANT LANCEMENT PUBLIC

Bonjour [prénom],

Je voulais te tenir au courant que mes prix vont évoluer sur ma prochaine série qui sera disponible en mai. Mes œuvres similaires à celle que tu possèdes passent à [nouveau prix] (avant : [ancien prix]).

Cette évolution accompagne mon parcours récent : [marqueur clé : exposition, bourse, presse]. Pour mes collectionneurs comme toi qui ont soutenu mon travail dès le début, je voulais t'informer en avance.

Au plaisir de te voir au vernissage le [date],

[Ton nom]

*Cet email humanise et privilégie tes collectionneurs existants sans excuser l'augmentation. Le ton est celui d'une mise au courant amicale entre personnes qui se respectent professionnellement.*

## 02 Pour ta galerie représentante

**FORMAT** · EMAIL PROFESSIONNEL OU RÉUNION · **TIMING** · AVANT  
CHANGEMENT DE SAISON

Bonjour [prénom],

J'aimerais ajuster mes prix pour la saison [printemps / automne 2026]. Voici ma proposition basée sur les marqueurs récents :

— [Marqueur 1] obtenu en [date]

— [Marqueur 2] obtenu en [date]

— [Marqueur 3 si pertinent]

Augmentation proposée : +[X] % sur les nouvelles œuvres. Les œuvres actuelles en consignation gardent leur prix.

Peut-on en discuter cette semaine ?

*Ton professionnel, justification factuelle, demande de discussion (pas d'imposition). Tu arrives avec ton diagnostic — la galerie n'a plus qu'à valider ou ajuster avec toi.*

## 03 Pour un prospect curieux du changement

FORMAT · RÉPONSE ORALE OU ÉCRITE COURTE

Bonne question. Mes tarifs ont évolué en [période] suite à [parcours récent : exposition, bourse, presse]. C'est mon évolution professionnelle qui se reflète dans mes prix actuels.

*Court, factuel, pas défensif. Si la personne insiste, tu peux développer sur un marqueur précis — mais l'objectif est de répondre sans s'excuser.*

• • •

### LES PIÈGES

## Quatre pièges à éviter

### 01

#### Augmenter trop sans changement de positionnement

Acheteurs sentent l'incohérence. Demande baisse drastiquement. La hausse non justifiée se paie au double : tu perds des ventes ET tu détérioras ta réputation.

### 02

#### Hésiter et appliquer rétroactivement

Œuvres déjà vendues à ancien prix ne se changent pas. Garder cohérence absolue. Toute rétroactivité crée un sentiment d'injustice et fragilise ta relation aux collectionneurs précoces.

### 03

#### Faire une promo « ancien prix » sur œuvres restantes

« Avant 1 800 \$, maintenant 1 500 \$ » dévalorise et confuse. L'art n'est pas un produit de consommation. Garde le tarif actuel et accepte que certaines œuvres restent en stock plus longtemps.

### 04

#### Augmenter sans marqueurs réels

Si tu n'as ni nouveaux marqueurs, ni évolution stylistique, ni augmentation de demande, augmentation = arnaque perçue. Attends d'avoir au moins un déclencheur concret avant de bouger.

## CALENDRIER ANNUEL

# Le rythme recommandé

Pour intégrer la révision tarifaire dans ton cycle annuel sans en faire un moment de stress, voici le calendrier type d'un artiste qui révisé ses prix une fois par an.

| MOIS          | ACTION RECOMMANDÉE                                                                                                                    |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| JANVIER       | Audit annuel de ta cote — inventaire des prix, marqueurs obtenus, statistiques de vente. Bilan de l'année écoulée.                    |
| MARS          | Décision sur augmentation (si pertinente). Comparaison avec pairs. Définition du nouveau tarif et planification du déploiement.       |
| MAI           | Communication aux collectionneurs fidèles (Script 1). Communication à la galerie (Script 2). 4-8 semaines avant lancement public.     |
| JUIN-JUILLET  | Lancement de la nouvelle série au nouveau tarif. Pas d'annonce explicite d'augmentation — juste les nouvelles œuvres au nouveau prix. |
| SEPT-DÉCEMBRE | Mesure de l'impact. Délai moyen vente, taux de retour des collectionneurs, apparition de nouveaux acheteurs.                          |

*Si pas d'augmentation justifiée cette année, ne pas forcer. Mieux vaut années stagnantes que augmentation injustifiée qui détruit confiance.*

*La stagnation ponctuelle ne te coûte pas — c'est la stagnation prolongée (5+ ans) qui devient un signal négatif. Une année sans hausse n'est pas un échec.*

## POUR ALLER PLUS LOIN

# Trois prochaines étapes

---

## 01

### Rejoindre la communauté d'artistes L'Original

Tu crées des œuvres originales avec un prix au-dessus de 1 \$ le pouce carré ? Rejoins une communauté d'artistes qui exposent à Montréal et à l'international. 2/3 de nos artistes vendent à l'international dès leur première année. Inscription Artsy incluse — un marqueur fort qui justifie souvent une première augmentation.

[LORIGINAL.ORG/FR/DEVENIR-ARTISTE](https://loriginal.org/fr/devenir-artiste) →

---

## 02

### Suivre la formation Créateur professionnel

12 mois pour structurer ta carrière d'artiste : branding, démarche, vernissage, galeries, bourses, presse, finances. 90 \$ par mois. Le module Tarification couvre en vidéo la fixation du prix initial, le calculateur pouce carré, et l'évolution tarifaire sur 10 ans avec témoignages d'artistes loriginal.

[LORIGINAL.ORG/FR/FORMATION](https://loriginal.org/fr/formation) →

---

## 03

### Connaître ton prix au pouce carré avant toute hausse

Avant d'augmenter, il faut savoir où tu te situes objectivement. Le calculateur prix pouce carré applique le barème de référence L'Original selon ton expérience, médium et complexité. Si tu es déjà au-dessus du barème, ralentir tes hausses. Si tu es en-dessous, le rattrapage est légitime.

[LORIGINAL.ORG/FR/OUTILS/CALCULATEUR-PRIX-POUCE-CARRE](https://loriginal.org/fr/outils/calculateur-prix-pouce-carre) →

---

Dorian Verdier

FONDATEUR DE L'ORIGINAL

Galleries Saint-Denis (4455 rue Saint-Denis) et Saint-Paul (163 rue Saint-Paul Ouest), Montréal. Mémoire HEC 2024 sur la démocratisation de l'art. Représente 20 artistes dont les prix s'échelonnent de 200 \$ pour les prints à plusieurs milliers de dollars pour les œuvres signature. A accompagné plusieurs d'entre eux dans des cycles d'augmentation tarifaire sur 5-10 ans sans perte de leur base d'acheteurs.

---

## OUTILS COMPLÉMENTAIRES

# Selon ce qui te bloque ensuite

*L'augmentation de prix s'inscrit dans une stratégie commerciale globale. Voici les outils L'Original qui complètent cette méthode.*

**Tu ne sais pas où tu te situes objectivement sur le marché.**

Le [calculateur prix au pouce carré](#) applique le barème de référence L'Original 2026 avec coefficients selon ton expérience, médium et complexité. C'est le diagnostic préalable à toute réflexion d'augmentation.

---

**Tu n'as pas encore les marqueurs institutionnels qui justifieraient une hausse.**

Le [kit candidature galerie](#) donne la méthode pour décrocher une première exposition en galerie reconnue — l'un des cinq déclencheurs légitimes de +15-25 %.

---

**Tu veux structurer ton incorporation maintenant que tes revenus augmentent.**

Le [guide incorporation artiste Québec](#) détaille à partir de quel seuil de revenu l'incorporation devient mathématiquement intéressante (généralement 60-80 k\$/an stable). Après plusieurs cycles d'augmentation, cette question devient pertinente.

---

**Tu veux atteindre tes collectionneurs fidèles avec un message structuré sans email générique.**

Les [templates newsletter de conversion](#) donnent la structure d'une infolettre artiste qui convertit, avec rythme annuel recommandé et exemples qui dépassent 8 % de taux d'ouverture (vs 3 % moyenne secteur).

---

• • •

*L'Original · Atelier-galerie d'art urbain montréalais  
4455 Saint-Denis & 163 Saint-Paul Ouest, Montréal*