

L'ORIGINAL · GUIDE PRATIQUE POUR ARTISTES

GUIDE PRATIQUE · SITE WEB

Checklist site web artiste.

Les 12 pages indispensables, leur structure exacte, et les erreurs à éviter. Comment passer d'un portfolio joli mais inerte à un funnel de conversion réel.

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

LORIGINAL.ORG
ÉDITION 2026

GALERIE L'ORIGINAL SAINT-DENIS — ACCROCHAGE PERMANENT MULTIDIMENSIONNEL

INTRODUCTION

Pourquoi cette checklist existe

J'ai audité une cinquantaine de sites d'artistes émergents et intermédiaires entre 2022 et 2025. 80 % avaient le même problème : ils étaient construits par accumulation, pas par stratégie.

Une page À propos, une galerie d'œuvres, un formulaire de contact. Et c'est tout. Résultat : visiteur arrive, regarde 3 œuvres, repart. Pas d'inscription newsletter, pas de compréhension de la démarche, pas de conversion en acheteur. Le site est joli mais ne sert à rien commercialement.

Un site qui suit cette checklist convertit 3 à 5 fois mieux qu'un site construit par accumulation. Pas parce qu'il est plus beau — parce qu'il sert une logique précise.

Pour le contexte complet, voir l'article : loriginal.org/fr/blogue/pages-indispensables-site-artiste

. . .

LE PRINCIPE DE BASE

Ton site est un funnel, pas un portfolio

Ton site n'est pas un portfolio. C'est un funnel de conversion en trois étapes. Chaque page sert l'une de ces trois étapes. Si une page ne sert aucune étape, elle dilue ton site.

01

DÉCOUVERTE

Le visiteur arrive (souvent par Instagram ou recherche Google). En 5 secondes, il doit comprendre qui tu es.

02

ENGAGEMENT

Le visiteur explore plusieurs pages, comprend ta démarche, et idéalement inscrit son email pour rester en contact.

03

CONVERSION

Le visiteur achète une œuvre, demande une commission, ou contacte ta galerie représentante.

LES 12 PAGES INDISPENSABLES

Structure exacte de chaque page

01 Accueil (homepage)

OBJECTIF : CAPTER EN 5 SECONDES · ORIENTER EN 30 SECONDES

Structure obligatoire :

- Image principale haute résolution (œuvre signature ou portrait atelier)
- Nom de l'artiste en gros caractères
- Phrase d'accroche en 5-10 mots qui te positionne
- 3 boutons d'orientation : Voir mes œuvres / Ma démarche / Me contacter
- Pop-up newsletter discret (apparition après 30 secondes)
- Mention des galeries qui te représentent (logo loriginal si applicable)
- Pied de page : réseaux sociaux + lien newsletter

À ÉVITER

Page avec 30 œuvres dès l'accueil (trop dense). Pas de hiérarchie visuelle claire. Aucun appel à l'action.

OBJECTIF : PERMETTRE EXPLORATION ET ACHAT

Structure : filtres par série, médium, format, prix, disponibilité. Vignettes haute résolution. Clic sur vignette ouvre fiche complète. Pagination claire si plus de 30 œuvres.

FICHE ŒUVRE COMPLÈTE

- Photos haute résolution (œuvre complète + 2-3 détails)
- Titre, année, dimensions (pouces ET cm), médium
- Prix affiché clairement
- Statut (disponible, réservée, vendue)
- Description courte (50-100 mots)
- Bouton « Acheter » ou « Réserver » + « Demander info »

À ÉVITER

Prix cachés (« prix sur demande »). Photos basse résolution. Pas de filtres si catalogue dépasse 30 œuvres.

03 Démarche artistique

OBJECTIF : EXPLIQUER QUI TU ES ET POURQUOI TON TRAVAIL COMPTE

Structure recommandée :

- Titre simple « Démarche » ou « À propos du travail »
- Photo de toi en atelier (pas portrait studio)
- Démarche rédigée en 300-400 mots (voir templates M01-LM02)
- Citation ou phrase forte mise en exergue
- Lien vers biographie complète + lien vers Œuvres

À ÉVITER

Démarche pédante ou copier-collée. Pas de photo de toi. Texte trop long (au-delà de 500 mots, abandon de lecture).

04 Biographie / CV artistique

OBJECTIF : VALIDER TON PARCOURS PROFESSIONNEL

Structure : biographie courte (150-250 mots) en premier. CV structuré par catégories :

- Formations
- Expositions individuelles (par année décroissante)
- Expositions collectives (par année décroissante)
- Bourses et distinctions
- Présence en collections publiques
- Mentions presse

Téléchargement PDF du CV complet pour journalistes et institutions.

À ÉVITER

Mélange chronologique chaotique. Pas de PDF téléchargeable. Marqueurs faibles (expositions en cafés notées comme « expositions »).

05 Expositions

OBJECTIF : DOCUMENTER TON PARCOURS PUBLIC · GÉNÉRER TRAFIC SEO

Structure : liste des expositions par année décroissante. Pour chaque exposition : titre, lieu, dates, type (solo/collectif), commissaire si pertinent. Page dédiée par exposition majeure avec texte de présentation, photos vernissage et scénographie, liste des œuvres exposées, coupures de presse. Section « Expositions à venir » en haut.

Bénéfice SEO : les pages d'expositions remontent souvent dans Google quand on cherche ton nom + ville.

06 Presse / Médias

OBJECTIF : PREUVE SOCIALE ET CRÉDIBILITÉ

Structure : coupures de presse listées par date. Logos des médias en bandeau. Citations extraites courtes. Liens vers articles originaux si en ligne. Section « Téléchargements presse » avec bio courte, bio longue, photos haute résolution, communiqués récents.

Rechercher plutôt **lorginal galerie**

📍 **Montréal, QC H2H** · Choisir une zone

Adresses



L'Original galerie d'Ar...

Vous gérez ce profil d'entre...

4,9 ★★★★★ (124) · Gale...

4455 R. Saint-Denis · (514)...

Fermé · Ouvre à 11 h 00 lun.

Magasinage en magasin · Rar



Galerie d'art L'Origin...

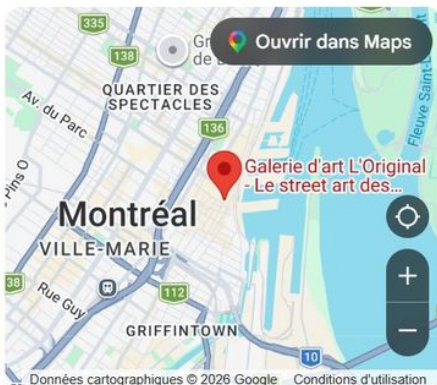
Vous gérez ce profil d'entre...

4,9 ★★★★★ (357) · Gale...

163 Rue St-Paul Ouest · (5...

Fermé · Ouvre à 11 h 00 lun.

Services sur place



Galerie d'art L'Original - Le street art des artistes des murales

4,9 ★ (357) · Galerie d'art

📄 Gérer votre profil d'entreprise

Aperçu

Avis

Photos



🌐 Site Web

📍 Itinéraire

📌 Enregistrer

GOOGLE MAPS · L'ORIGINAL SAINT-PAUL ET SAINT-DENIS

L'Original totalise 4,9/5 sur 357 avis Saint-Paul et 124 avis Saint-Denis. Mentionner ta galerie représentante sur ton site (logo, lien) capte une partie de ce capital de crédibilité Google. La page 6 (Presse) et la mention en pied de page font ce travail.

07 Commissions / Sur mesure

OBJECTIF : CONVERTIR PROSPECTS EN CLIENTS COMMISSION

Structure :

- Phrase d'accueil expliquant que tu prends des commissions
- Processus en 5 étapes claires (brief, devis, esquisses, réalisation, livraison)
- Délais typiques (4-8 semaines, ou selon ta réalité)
- Fourchette de prix indicative
- Exemples de commissions précédentes (3-5 cas avec photos)
- Témoignages clients
- Formulaire de demande ou bouton de contact direct

À ÉVITER

Pas de fourchette de prix (effraie). Pas d'exemples de commissions précédentes. Processus flou.

08 Newsletter

OBJECTIF : CAPTER LES EMAILS — CANAL LE PLUS RENTABLE LONG TERME

Structure :

- Promesse claire : « Reçois mes nouvelles œuvres en avant-première chaque mois »
- Lead magnet en échange de l'inscription (voir tous les lead magnets de cette formation)
- Formulaire simple : prénom + email
- Mention RGPD si audience européenne
- Page de confirmation après inscription

09

Contact

OBJECTIF : FACILITER CONTACT DIRECT**Structure :**

- Formulaire de contact simple (nom, email, sujet, message)
- Sujets typés (commission / représentation / presse / autre)
- Adresse atelier si pertinent (Montréal ou autre)
- Téléphone si tu acceptes appels directs
- Délai de réponse mentionné (48 heures typique)

À ÉVITER

Pas de page contact (incroyable mais 30 % des sites audités). Formulaire avec 15 champs (3-4 suffisent). Pas de mention de délai de réponse.

10

Blogue (recommandé pour SEO)

OBJECTIF : GÉNÉRER TRAFIC ORGANIQUE · DÉMONTRER TON EXPERTISE

Structure : 1-2 articles par mois minimum. Sujets : processus créatif, anecdotes atelier, réflexions sur l'art, présentations d'expositions. Articles 600-1500 mots typique. Photos d'atelier intégrées. Tags par thème. Partage facile sur réseaux.

BÉNÉFICES

Trafic Google long terme. Matière pour newsletter. Crédibilité intellectuelle.

Si pas de temps pour blogue, faire au moins 4 articles par an (saisonniers).

11

Boutique / e-commerce (si applicable)

OBJECTIF : PERMETTRE ACHAT EN LIGNE**Structure si tu vends en ligne :**

- Catalogue avec ajout au panier
- Système de paiement sécurisé (Stripe, PayPal, Square)
- Calcul automatique des frais d'expédition selon destination
- Page de confirmation de commande
- Email automatique de confirmation
- Politique de retour claire
- Conditions générales de vente

Note : pour œuvres au-dessus de 2 000 \$, beaucoup d'acheteurs préfèrent contact direct vs achat en un clic. Optionnel.

12

Mentions légales / Politique de confidentialité

OBJECTIF : CONFORMITÉ LÉGALE

Obligatoire au Québec : identité de l'éditeur (toi ou ta société), hébergeur du site, politique de protection des renseignements personnels (Loi 25 Québec), politique de cookies si applicable, conditions générales de vente si e-commerce.

Générateurs gratuits disponibles (Termly, Iubenda) si pas envie de rédiger.



ATELIER-GALERIE L'ORIGINAL · SAINT-DENIS MONTRÉAL

Un site bien structuré reproduit en ligne ce qu'une galerie physique fait dans l'espace : hiérarchie claire, parcours guidé, points de contact identifiés, signatures lisibles. La page Œuvres est ton catalogue. La page Démarche est ton cartel mural. La page Contact est ton accueil. Pense les pages comme des espaces architecturaux.

NAVIGATION

La structure de navigation

MENU PRINCIPAL (HAUT DU SITE) — MAXIMUM 6 ENTRÉES

- Œuvres
- Démarche
- Expositions
- Commissions
- Contact
- Newsletter (bouton mis en évidence)

MENU SECONDAIRE (PIED DE PAGE)

- Biographie
- Presse
- Blogue
- Boutique (si applicable)
- Mentions légales

Erreur classique : 12 entrées dans le menu principal. Au-delà de 6, le visiteur ne sait plus où regarder.

• • •

ÉLÉMENTS TRANSVERSAUX

Les 8 éléments présents sur chaque page

Logo et nom artiste

En haut, lien vers accueil

Menu de navigation principal

Visible et cohérent partout

Pop-up newsletter discret

Apparition tardive après 30 secondes

Réseaux sociaux	Pied de page, icônes simples
Adresse atelier ou galerie représentante	Crédibilité géographique
Optimisation SEO	Titre, méta-description, mots-clés par page
Responsive design	S'adapte mobile (60 % du trafic typique)
Vitesse de chargement	Moins de 3 secondes idéalement

CHECKLIST DE LANCEMENT

Quinze vérifications avant publication

Avant de publier ton site, valider chacun de ces 15 points. Si « non » à un seul, repousser la publication. Un site lancé avec des trous se réparera trois fois plus difficilement qu'un site lancé propre.

- ☐ 12 pages structurées comme décrit dans cette checklist
- ☐ Photos haute résolution sur toutes les fiches d'œuvres
- ☐ Démarche rédigée en 300-400 mots
- ☐ CV mis à jour avec marqueurs récents
- ☐ Formulaire newsletter fonctionnel (test envoi confirmation)
- ☐ Formulaire contact testé (test envoi réception)
- ☐ Système de paiement testé (si e-commerce)
- ☐ Responsive design validé sur mobile (test iPhone et Android)
- ☐ Vitesse de chargement testée (PageSpeed Insights Google)
- ☐ Politique de confidentialité rédigée (Loi 25 Québec)
- ☐ Mentions légales complètes
- ☐ Google Analytics installé pour suivre trafic
- ☐ Domaine personnalisé (pas un sous-domaine de plateforme)
- ☐ SSL activé (https)
- ☐ Mentions sociales (Open Graph) configurées pour partages réseaux

PLATEFORMES

Les choix recommandés en 2026

SOLUTIONS CLÉ EN MAIN

PLATEFORME	TARIF & POSITIONNEMENT
Squarespace	16-49 \$/mois · beau design, simple, sans extension complexe
Wix	17-59 \$/mois · très flexible, beaucoup de templates artistes
Format	12-37 \$/mois · conçu pour artistes et photographes

SOLUTIONS PLUS PUISSANTES

WordPress + thème artiste	8-25 \$/mois (hébergement) + thème 60-200 \$ une fois
Webflow	18-49 \$/mois · design flexibilité maximale

*Pour majorité des artistes émergents-intermédiaires :
Squarespace ou Format suffisent. WordPress nécessaire
seulement si besoins très spécifiques.*

• • •

POUR ALLER PLUS LOIN

Trois prochaines étapes

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. Avoir une page L'Original avec backlink vers ton site personnel renforce ton SEO en plus de générer du trafic qualifié.

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 Site web couvre en vidéo la construction page par page sur Squarespace et Format, avec démonstrations pas-à-pas et exemples de sites loriginal qui convertissent.

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

03

Préparer les contenus du site avant de choisir la plateforme

L'erreur classique : commencer par choisir Squarespace ou WordPress, puis se rendre compte qu'on n'a ni les photos d'œuvres haute résolution, ni la démarche rédigée. Inverse l'ordre : prépare d'abord les contenus avec les lead magnets de cette formation (portfolio, démarche, photo), puis choisis la plateforme.

[LORIGINAL.ORG/FR/OUTILS/GUIDE-PHOTO-OEUVRES](https://loriginal.org/fr/outils/guide-photo-oeuvres) →

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. A audité une cinquantaine de sites d'artistes émergents et intermédiaires entre 2022 et 2025. 80 % avaient le même problème : construits par accumulation, pas par stratégie. Cette checklist en est la synthèse opérationnelle.

OUTILS COMPLÉMENTAIRES

Selon ce qui te bloque ensuite

Le site web est un livrable final qui agrège plusieurs autres livrables : portfolio, démarche, photos d'œuvres, CV, mentions presse. Voici les outils L'Original qui produisent ces contenus en amont.

Tu n'as pas de photos haute résolution pour la page Œuvres (page 02 de cette checklist).

Le [guide photo d'œuvres en ligne](#) détaille le setup éclairage low-cost à 200 \$ CAD, les réglages caméra, le post-traitement Lightroom. Sans photos de qualité, le site est mort dès le lancement.

Tu n'as pas encore rédigé ta démarche artistique pour la page 03.

Les [5 templates de démarche artistique](#) donnent la structure pour 5 destinations différentes (galerie, bourse, foire, site personnel, presse). La version site personnel = 300-400 mots, exactement ce qu'il faut pour la page Démarche.

Tu n'as pas structuré ton CV artistique pour la page 04.

Le [template portfolio artiste en 10 sections](#) contient la structure CV exacte (formations, expositions individuelles/collectives, bourses, collections publiques, presse). Réutilisable directement sur le site.

Tu hésites entre nom civil et pseudonyme avant de réserver ton domaine .com.

Le [guide pseudonyme artistique](#) détaille les 4 options avec implications SEO. Choisis ton nom AVANT de réserver le domaine — changer en cours de route coûte des mois de référencement.

• • •

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