

OUTIL PRATIQUE · COLLECTIONNEURS

Kit prospection collectionneurs.

*Trouver et qualifier tes 10 premiers collectionneurs sérieux.
Formation Créateur professionnel — Mois 6, Collectionneurs.*

PAR DORIAN VERDIER
FONDATEUR DE L'ORIGINAL

LORIGINAL.ORG
ÉDITION 2026

INTRODUCTION

Pourquoi ce kit est critique

J'ai vu beaucoup d'artistes émergents passer 3 à 5 ans à attendre que des collectionneurs apparaissent magiquement. Pendant ce temps, d'autres artistes au talent équivalent construisent activement leur base de 20 à 30 collectionneurs en 24 mois. La différence n'est pas dans le talent, c'est dans la stratégie de prospection.

60-80 %

des revenus générés via collectionneurs récurrents par les artistes qui prospectent activement

20-30 %

le plafond de revenus via collectionneurs pour ceux qui attendent passivement

Sur les 20 artistes de L'Original, l'écart est constant. Ce kit te donne la méthode pour identifier, approcher et convertir tes 10 premiers collectionneurs sérieux en 12 à 18 mois.

Pour le contexte complet, voir : loriginal.org/fr/blogue/trouver-premiers-collectionneurs

MÉTHODE

La définition d'un vrai collectionneur

Avant de prospecter, savoir qui tu cherches. Pas tout acheteur d'art est un collectionneur.

Un acheteur d'art occasionnel achète 1 à 2 œuvres par décennie. Budget faible. Décoration intérieure.

UN VRAI COLLECTIONNEUR

- Achète 3 à 8 œuvres par an minimum
- Budget annuel art : 5 000 à 50 000 \$ et plus
- A déjà 15+ œuvres dans sa collection
- Comprend les codes du marché de l'art
- Suit plusieurs artistes émergents
- Visite vernissages, foires, ateliers
- Discute art avec intelligence

Tu vises la deuxième catégorie. Ils sont moins nombreux mais représentent 80 % des revenus stables d'un artiste émergent-intermédiaire.

LES 6 PROFILS DE COLLECTIONNEURS À CIBLER

Profils 1–2

Profil 1 — Le collectionneur établi traditionnel

45-65 ans

- Patrimoine personnel important
- Collection construite sur 15 à 30 ans
- Présent aux vernissages galeries reconnues
- Connaît les codes du milieu

Budget · 3 000 – 30 000 \$ / œuvre

Probabilité en émergence · Moyenne

COMMENT L'APPROCHER

Via galerie représentante, vernissages, foires d'art majeures.

Profil 2 — Le jeune collectionneur tech ou finance

30-45 ans

- Revenu élevé récent (tech, fintech, conseil)
- Volonté de construire collection
- Pas encore tous les codes du milieu
- Curieux d'artistes émergents et intermédiaires

Budget · 1 000 – 8 000 \$ / œuvre

Probabilité en émergence · Haute

COMMENT L'APPROCHER

Événements professionnels tech/finance, LinkedIn, ouvertures d'atelier, foires Plural et Papier.

LES 6 PROFILS DE COLLECTIONNEURS À CIBLER

Profils 3–4

Profil 3 — Le décorateur d'intérieur professionnel

- Achète pour ses clients (résidentiel ou commercial)
- Volume d'achat important
- Recherche cohérence stylistique
- Relation long terme possible (commandes répétées)

Budget · **800 – 15 000 \$ / œuvre client**Probabilité en émergence · **Haute si style matche**

COMMENT L'APPROCHER

LinkedIn, événements design (Espace Design, Maison Design Salon), magazines de décoration.

Profil 4 — L'entreprise / PME locale

- Bureau récent ou rénové
- Budget art corporate (3 000 à 50 000 \$)
- Préfère artistes locaux pour identité de marque
- Souvent commande sur mesure (murale)

Budget · **3 000 – 50 000 \$ (budget corporate)**Probabilité en émergence · **Moyenne-haute selon ta démarche**

COMMENT L'APPROCHER

Voir lead magnet « Kit Prospection B2B Art » (Mois 9).

LES 6 PROFILS DE COLLECTIONNEURS À CIBLER

Profils 5–6

Profil 5 — Le philanthrope / fondation

- Acquisitions pour soutien aux artistes
- Souvent collectif (jury, comité d'acquisition)
- Critères d'éligibilité spécifiques
- Marqueurs institutionnels comptent

Budget · **Variable selon mandat**

Probabilité en émergence · **Faible (attendent marqueurs institutionnels solides)**

COMMENT L'APPROCHER

Candidatures formelles, événements caritatifs. Ne pas approcher en direct.

Profil 6 — Le voisin culturel non-collectionneur classique

- Achète 1 à 3 œuvres par an
- Budget modeste (500 à 3 000 \$)
- Lié à toi par proximité géographique ou affinité
- Devient ambassadeur si bien traité

Budget · **500 – 3 000 \$ / œuvre**

Probabilité en émergence · **Haute — volume de revenu faible mais base solide**

COMMENT L'APPROCHER

Événements de quartier, open studios, vernissages locaux.

LA MÉTHODE DE PROSPECTION EN 5 ÉTAPES

Construire ta liste, construire la relation

01 Construire ta liste cible

SEMAINE 1-2

Identifier 30 à 50 prospects qualifiés via :

- LinkedIn : recherche par mots-clés « collectionneur d'art », « amateur d'art contemporain », « art consultant » + Montréal
- Événements précédents : qui était présent aux 5 derniers vernissages que tu as faits ?
- Recommandations de ta galerie : qui sont les acheteurs récents de ton style ?
- Magazines spécialisés : décorateurs qui ont mentionné des œuvres récemment

Fichier de prospection : Google Sheets avec colonnes — nom, profession, profil, ville, première interaction, statut, notes, prochain pas.

02 Construire la relation préalable

3-6 MOIS

Pas pitcher immédiatement. Construire crédibilité d'abord :

- Suivre sur LinkedIn et Instagram
- Commenter de façon pertinente (pas générique)
- Inviter à vernissages
- Partager occasionnellement leurs publications (si pertinent)
- Croiser dans événements et engager conversation

Cette phase semble lente. Elle est la plus rentable long terme.

03 Premier contact direct

MOIS 4-7

Email type qui fonctionne :

Objet : [Référence à une interaction précédente précise]

« Bonjour [prénom],

Je voulais te remercier pour notre échange [au vernissage X / sur LinkedIn / à la foire Y]. Tes questions sur [sujet précis discuté] m'ont fait réfléchir et j'ai trouvé intéressant de prolonger cette conversation.

Je travaille en ce moment sur une nouvelle série, [titre court], qui explore [thème en 1 phrase]. Si tu es curieux, je serais ravi de te montrer 3-4 œuvres en avant-première soit à mon atelier soit à la galerie L'Original. Ce sont des œuvres pas encore présentées publiquement.

Aucune pression, juste pour le plaisir de partager. As-tu 30 minutes la semaine prochaine ou la suivante ?

[Ton nom] »

Personnalisation forte. Référence à interaction précise. Invitation à exclusivité (avant-première). Pas de pression commerciale.

LA MÉTHODE DE PROSPECTION EN 5 ÉTAPES

De la rencontre à la conversion

04 Première rencontre qualifiée

MOIS 5-9

Au rendez-vous (atelier ou galerie) :

- **Premier tiers (15 min)** — conversation ouverte sur ses centres d'intérêt, sa collection actuelle si elle existe, ce qu'il cherche.
- **Deuxième tiers (15 min)** — tu présentes 3 à 4 œuvres choisies selon ce que tu as appris. Pas tout ton catalogue. Pas une vente, une présentation contextualisée.
- **Troisième tiers (15 min)** — conversation sur sa réaction, ses préférences, son budget potentiel. Sans pression.

Sortie : carte de visite, brochure de la galerie, invitation au prochain vernissage.

05 Cycle de relance et conversion

MOIS 6-18

Pas tous ne deviennent acheteurs immédiatement. Plan de relance :

- Mois +1 — email de remerciement avec lien vers l'œuvre qui les a le plus intéressés
- Mois +2 — invitation à un autre événement
- Mois +4 — annonce de nouvelles œuvres en exclusivité
- Mois +6 — check-in personnalisé sans pression
- Mois +8 — offre spéciale collectionneurs (avant-première nouvelle série)

8-15

collectionneurs convertis en 18 mois, sur 30 à 50 prospects qualifiés bien suivis

LES INTERDITS

Les 5 erreurs de prospection

01 Approcher avant de construire relation

« Bonjour, je suis artiste, mes œuvres sont ici, achetez-les » = 0 réponse.

02 Sur-pitcher tout ton catalogue

30 œuvres présentées d'un coup = paralysie. 3 à 5 œuvres choisies avec intention = engagement.

03 Pression commerciale prématurée

« Cette œuvre part bientôt » sur premier contact = méfiance immédiate.

04 Ne pas suivre dans le temps

80 % des ventes se concrétisent entre le 4^e et le 12^e contact. Sans suivi, ventes perdues.

05 Mélanger contacts perso et collectionneurs

Ton ami du cégep n'est pas un collectionneur potentiel. Distinguer.

OÙ PROSPECTER

Les 30 lieux où rencontrer des collectionneurs

VERNISSAGES

1. L'Original (Saint-Denis et Saint-Paul)
2. Galerie Patel Brown
3. Bradley Ertaskiran
4. Galerie Hugues Charbonneau
5. Battat Contemporary
6. Pierre-François Ouellette

FOIRES

7. Papier (avril, Montréal)
8. Plural (mai, Montréal)
9. Art Toronto (octobre)

ÉVÉNEMENTS CULTURELS

10. Vernissages MAC Montréal
11. Vernissages MNBAQ
12. Soirées Fondation Phi
13. Nuit Blanche Montréal
14. Festival MURAL

ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS

15. Cocktails Chambre de Commerce de Montréal
16. Événements Réseau M
17. Lancements de cabinets d'architecture
18. Événements design intérieur (Espace Design)

PLATEFORMES NUMÉRIQUES

19. LinkedIn (recherche ciblée)
20. Instagram (engager avec collectionneurs présents)

MÉDIAS

21. Lectures Vie des Arts, Esse, Espace Art Actuel
22. Mentions presse art Le Devoir, La Presse

AUTRES LIEUX

23. Conférences universitaires arts, soirées philanthropiques, AGM de fondations, lancements de livres d'art, soirées privées de galeries, événements caritatifs avec volet art, brunchs artistiques, ateliers ouverts collectifs.

POUR ALLER PLUS LOIN

Un outil de la formation Créateur professionnel

Cette méthode fait partie du Mois 6, Collectionneurs, de la formation Créateur professionnel de L'Original — 12 mois pour structurer une carrière d'artiste : branding, démarche, vernissage, galeries, bourses, presse, finances.

LORIGINAL.ORG/FR/FORMATION →

Pour soumettre ta candidature à L'Original :

LORIGINAL.ORG/FR/DEVENIR-ARTISTE →

Dorian Verdier

FONDATEUR DE L'ORIGINAL

Galleries Saint-Denis (4455 rue Saint-Denis) et Saint-Paul (163 rue Saint-Paul Ouest), Montréal.