

# Fixer ses prix, pas à pas : du prix de revient à la grille

Il n'existe pas de juste prix : le prix est celui que les gens sont prêts à payer. Cette fiche ne vous donne donc pas de chiffre, mais une méthode en six étapes, à remplir au crayon pour trois de vos œuvres. Le calcul vérifie que votre prix est viable ; les repères, qu'il n'est pas hors jeu.

## 1 Calculer votre prix de revient

Ce calcul ne fixe pas votre prix : il fait voir les coûts cachés et vous dit au-dessous de quoi ne pas descendre. Il existe d'autres méthodes (prix au point, coefficient, prix au centimètre carré) ; l'addition a l'avantage de tout montrer, comme le calcul du prix de cession d'un spectacle, présenté en 2021 : coût plateau, plus frais annexes, plus une marge pour la structure (20 à 30 % alors).

### Deux calculs préalables

Frais de l'année (atelier, salons, inscriptions, communication, site...) : [ ] € ÷ œuvres produites dans l'année : [ ] = part des frais par œuvre : [ ] €

Revenu que vous visez sur l'année : [ ] € ÷ heures de production dans l'année : [ ] = valeur d'une heure : [ ] €

### Le prix de revient de trois œuvres représentatives

| Œuvre (titre, format) | Matériaux | Part des frais | Temps passé | Frais de vente | Prix de revient |
|-----------------------|-----------|----------------|-------------|----------------|-----------------|
|                       |           |                |             |                |                 |
|                       |           |                |             |                |                 |
|                       |           |                |             |                |                 |

*Matériaux : support, matières, tirage, cadre, socle. Temps passé : heures × valeur d'une heure. Frais de vente : emballage, transport, assurance, s'ils restent à votre charge. Prix de revient = la somme des quatre. Aucun prix de votre grille ne descend au-dessous : un prix qui ne couvre même pas vos frais est hors jeu.*

## 2 Relever vos repères de marché

L'acheteur juge en comparant. Mais les grands repères de votre marché disent si vous êtes hors jeu, et vous placer au-dessous, au-dessus ou au même niveau est déjà un positionnement artistique. Définissez d'abord votre environnement.

### Où?

Dans quels lieux montrez-vous et vendez-vous votre travail ?

.....  
.....

### Avec qui?

Avec qui travaillez-vous ? Qui d'autre expose dans ces lieux ?

.....  
.....

### Pour qui?

Particuliers, collectivités, entreprises : à qui s'adresse votre travail ?

.....  
.....

Relevez ensuite les prix d'artistes comparables là où ils vendent : galeries, plateformes, places de marché, salons, et vos pairs. Dans le spectacle vivant, voyez aussi les plateformes de vente de spectacles, les budgets des médiathèques et les appels à projets des DRAC.

Votre relevé

| Lieu | Artiste comparable | Œuvre: technique, format | Prix affiché | Date du relevé |
|------|--------------------|--------------------------|--------------|----------------|
|      |                    |                          |              |                |
|      |                    |                          |              |                |
|      |                    |                          |              |                |
|      |                    |                          |              |                |

Comparez des techniques et des formats proches de vos trois œuvres. Dater chaque ligne : un relevé vieillit.

Où se situent vos prix de revient par rapport à ce relevé: au-dessous, au même niveau, au-dessus?  
Quelle position voulez-vous prendre?

.....

.....

3 Composer votre grille en quatre étages

L'acheteur juge vite, par déduction heuristique : il situe chaque prix entre le moins cher et le plus cher et cherche le meilleur rapport qualité-prix, le **centre de gravité**. Pensez donc une gamme, et orientez-le à l'intérieur. Commencez par le centre de gravité : la grille se construit autour de lui. Notez dans chaque case les œuvres de l'étage et leurs prix.

**Prix de référence, le plus cher**

Il n'est pas fait pour être vendu : il montre jusqu'où vous pouvez aller, et l'acheteur y lit la valeur de votre travail. À côté, le reste paraît moins cher.

.....

.....

**Centre de gravité**

Le prix du marché, situé grâce à votre relevé. L'acheteur y voit le meilleur rapport qualité-prix.

.....

.....

**Prix d'appel**

Sur ce qui ne vous prend pas trop de temps, perçu comme un souvenir ou un geste de soutien. Marge faible, mais il fait entrer en relation avec de premiers acheteurs.

.....

.....

**Dérivés**

Ce qui n'est pas votre proposition principale : œuvres non originales, produits dérivés.

.....

.....

D'un étage à l'autre, l'achat change de nature. En 2020, le webinaire situait l'achat de soutien autour de 20 €, le coup de cœur vers 300 € et, dans l'art, l'achat réfléchi à partir de 700 € environ : des ordres de

grandeur datés, pas des normes. Un exemple de grille pour les arts visuels, donné en 2023, figure dans l'article « Négociier : ni compromis, ni combat ».

Contrôlez votre grille

- ☐ Chaque prix couvre le prix de revient calculé à l'étape 1, prix d'appel compris.
- ☐ Le centre de gravité correspond aux repères relevés à l'étape 2.
- ☐ Le prix de référence est assez haut pour que le centre de gravité paraisse le meilleur rapport qualité-prix.
- ☐ Chaque étage propose une expérience différente : à prix différents, expériences différentes.

4 Compter ce qui est prélevé sur le prix

STATUT ET TVA, À JOUR AU 4 OCTOBRE 2026

La vente de vos œuvres originales, et des exemplaires que vous reproduisez ou diffusez vous-même, sont des revenus artistiques, soumis à cotisations (code de la sécurité sociale, art. R382-1-1). Un auteur ne facture pas de TVA tant que ses ventes d'œuvres et cessions de droits ne dépassent pas 50 000 € l'année précédente et 55 000 € l'année en cours (35 000 et 38 500 € pour ses autres activités ; code général des impôts, art. 293 B). Au-delà, la vente d'une œuvre d'art supporte la TVA à 5,5 % (art. 278-0 bis). Au 1er janvier 2027, ces règles passent dans le code des impositions sur les biens et services, sous d'autres numéros.

Du prix public à ce que vous percevez

| Œuvre n° | Prix public TTC | - TVA (hors franchise) | - Commission (____ %) | = Ce que vous percevez | Prix de revient (étape 1) |
|----------|-----------------|------------------------|-----------------------|------------------------|---------------------------|
|          |                 |                        |                       |                        |                           |
|          |                 |                        |                       |                        |                           |
|          |                 |                        |                       |                        |                           |

TVA comprise dans un prix TTC à 5,5 % =  $\text{prix} \times 5,5 \div 105,5$ . « Ce que vous percevez » doit couvrir votre prix de revient ; les cotisations se prélèvent ensuite sur vos revenus artistiques. Ce tableau donne un ordre de grandeur : le calcul exact dépend de votre contrat et de votre situation.

Le prix public minimal en galerie, en franchise de TVA

Votre prix public reste le même d'un lieu à l'autre (étape 6) : en galerie, il doit tenir après la commission (taux relevés en 2023 : article « Négociier »).

Prix public minimal =  $[\text{votre prix de revient}] \div (1 - [\text{taux de commission}])$

Gabarit, chiffres fictifs : pour percevoir 600 € avec une commission de 40 %,  $600 \div 0,60 = 1\,000$  € de prix public.

## 5 Afficher vos prix

### DROIT, À JOUR AU 4 OCTOBRE 2026

Vendre des œuvres à des particuliers obéit à l'arrêté du 3 décembre 1987 (code de la consommation, art. L112-1). Une œuvre à vendre exposée au public, à l'atelier, en exposition ou en galerie, porte son prix toutes taxes comprises, sur un écriteau ou une étiquette, sur elle ou à proximité (arrêté, art. 1, 4 et 5). À distance, sur un site, par mail ou sur un réseau social, le prix doit être indiqué de façon précise avant la conclusion de la vente (arrêté, art. 14 ; code, art. L221-5). Pour une intervention sur mesure vendue à une mairie, un théâtre ou une entreprise, la règle est autre : un contact, un appel, puis un devis, qui fera foi.

### Avant d'exposer ou de mettre en ligne

- ☐ Chaque œuvre à vendre porte une étiquette ou un écriteau avec son prix toutes taxes comprises.
- ☐ Pas de prix envoyé par mail sans explication : téléphone ou rencontre d'abord. Pas de prix dans un dossier de présentation, sauf si vous connaissez le budget du destinataire.

## 6 Tenir vos prix

- 1 Changez vos prix lentement.** C'est l'effet de cliquet : redescendre d'un coup dévalue ce que vos acheteurs vous ont payé, et après une forte baisse vous ne remonterez que petit à petit.
- 2 Restez cohérent d'un lieu à l'autre.** En ligne, l'acheteur compare. Les prix d'atelier sont admis un peu plus bas ; en boutique, des pièces absentes du site justifient des prix différents.
- 3 Bornez le geste commercial.** 10 % au plus, disait-on en 2021 (15 % dans le webinaire de 2023 sur la négociation). Votre plafond : \_\_\_\_ %. Au-delà, proposez un format plus petit ou une autre pièce : à prix différent, expérience différente. Ne baissez jamais de moitié en moins d'une journée.
- 4 Gardez des leviers qui ne touchent pas à la qualité perçue :** paiement en plusieurs fois ou différé, livraison offerte, un cadeau. Préférez un échange à un prix ridicule, et ne faites pas plus de 15 % de votre activité gratuitement.
- 5 Testez avant de changer.** Une série limitée à prix doublé montre si vous pouvez augmenter ; si une pièce ne se vend pas malgré de belles photos, une série d'un produit différent, à prix divisé par deux.

### Le journal de vos prix, pour les changer lentement et partout de la même façon

| Date | Œuvre ou étage de la grille | Ancien prix | Nouveau prix | Pourquoi (test, nouveau lieu, ventes...) |
|------|-----------------------------|-------------|--------------|------------------------------------------|
|      |                             |             |              |                                          |
|      |                             |             |              |                                          |
|      |                             |             |              |                                          |

Le compte rendu complet du webinaire : [lacondamine.org/ressources-artistes/articles/fixer-ses-prix/](https://lacondamine.org/ressources-artistes/articles/fixer-ses-prix/)

La Condamine, association loi 1901 · [lacondamine.org](https://lacondamine.org) — Fiche pratique n° 8, d'après les webinaires de Pierre-Benoit Roux du 25 juin 2020 et du 23 juin 2021.

Licence Creative Commons BY-NC-SA 4.0 : vous pouvez copier, partager et adapter cette fiche, sans usage commercial, en citant La Condamine avec un lien vers [lacondamine.org](https://lacondamine.org), et en la diffusant sous la même licence.