

**LA
CORBATA
ROSA**

Le concept



Créé en 2013, la *Corbata Rosa* est une entreprise dont l'objectif est de favoriser l'acquisition d'œuvres d'art actuel par le grand public et les professionnels. Elle présente des artistes vivants, déjà connus et exposés, dans le but de vendre leurs travaux en exposition classique et sur internet.

Comment se distinguer ?

La galerie n'a pas de lieu fixe mais possède un point de repère, son site internet, qui est un outil de rencontre entre l'artiste et son public. Ce site permet de présenter les artistes, leurs œuvres, leurs idées, leurs actualités, leurs parcours.

Les +

→ **Innovation** : Une application innovante permet de présenter une sélection d'œuvres à nos visiteurs dans un espace d'exposition virtuel en trois dimensions librement accessible. Le site internet est utilisé comme une vitrine et un outil de médiation, mais il sert également d'espace de vente, puisqu'une boutique en ligne y est intégrée.

→ **Prix** : Les prix y sont accessibles à tous et sont plus bas que dans une galerie classique.

Pourquoi "La Corbata Rosa" ?

Derrière le nom et son logo (réalisé d'après une étude d'Antonio Ballester Les Ventas), c'est la notion d'humour qui ressort. *La corbata rosa* signifie littéralement en espagnol : la cravate rose.

On trouve une contradiction volontaire dans le logo. D'un côté, le côté sérieux de la cravate correspondant au milieu artistique avec le vernissage et l'exposition. De l'autre la couleur rose, elle, est mise en opposition à ces aspects sérieux, c'est un pied de nez, une langue qui se tire, un "trouble-fait".

La corbata vulgarise l'art, elle n'a pas peur de sortir des champs habituels de l'art contemporain, elle n'a pas peur de le déranger, de le montrer à chacun de nous.

Choisir un mot espagnol à l'heure où l'anglicisme occupe une place prépondérante, est également un choix. L'Espagne, dans son contexte actuel, c'est l'Europe que l'on montre du doigt, mais ce sont aussi des idées, un besoin de changement, de nouveaux horizons.

→ DÉFENDRE L'ART DANS SON ENSEMBLE

Choisir de construire le logo depuis une esquisse, c'est montrer une partie de l'art que l'on ne montre pas toujours, mais que la corbata rosa n'hésite pas à mettre en valeur, à défendre et à vendre. L'esquisse, le dessin préparatoire, l'étude, c'est le tâtonnement, l'hésitation qui amène directement la création et la richesse de l'œuvre.

Le contexte

Il existe des images artistiques qui ne sont pas des œuvres d'art, proposées à des prix attractifs. Sur certains sites, les œuvres d'art sont vendues en masse et les artistes sont lâchés dans l'immensité du web.

Les galeries ont souvent des sites vitrines qui renvoient les clients à un formulaire de contact, ou à la galerie directement. Cependant pour l'instant il n'y a que très peu de galerie qui utilise internet comme un véritable outil de commercialisation comme le font des sites de vente de tirages d'art (par exemple Yellow Korner), ou les sites de ventes de produits culturels (FNAC, CULTURA...).

La Corbata Rosa se positionne comme un service innovant.

→ LA CONCURRENCE DIRECTE

En baissant les prix des œuvres des artistes, la galerie se positionne entre deux marchés. Les tarifs des œuvres d'art originales vendues sur le site internet de la corbata se rapprochent de ceux d'images produites en très grandes séries hors du contrôle des artistes. Dans le même temps, elle vend des produits qui sont habituellement réservés à des collectionneurs à des prix plus accessibles.

L'objectif, à long terme, est de faire prendre conscience au grand public, qu'il peut également acquérir une œuvre. La moitié de nos clients aujourd'hui, sont des personnes qui achètent une œuvre d'art pour la première fois.

→ L'AVANTAGE COMPÉTITIF

La différence est l'approche du marché, considéré non pas comme un marché de niche, mais comme un marché qui ne s'est pas adapté aux évolutions de la société.

Aujourd'hui il est commun de trouver des produits issus de l'artisanat dans de nombreux domiciles particuliers, et rarement une œuvre d'art originale. Le prix joue, mais il y a aussi les différentes politiques de commercialisation, qui visent et favorisent toujours un public, celui des collectionneurs.

Le but : élargir le marché en vendant autrement.

→ LE RAYONNEMENT

Dans le cadre de ses autres activités (vente aux entreprises et vente en exposition), la galerie sera amenée à travailler principalement en France et en Espagne. Le fait de travailler avec des artistes étrangers nous permet également d'étendre notre réseau dans d'autres pays.

La vocation



L'idée : donner les moyens au grand public de ramener l'art chez lui.

Dans l'inconscient collectif, la culture est synonyme de gratuité, de service public, on parle de « culture pour tous ». L'œuvre d'art est un produit d'exception. Elle se rencontre au musée, dans les salles d'expositions, où elle n'est pas en vente.

Les musées se remplissent lors d'événements ponctuels, où l'on vient parfois plus pour rencontrer que pour apprendre, réfléchir, ou contempler. Il s'agit là de profiter d'un rayonnement, une « plus-value image » que dégage l'œuvre sur ses amateurs auprès d'autres amateurs.

Dans les galeries, l'œuvre est chère, protégée, et peut paraître inaccessible.

Il ne faut pas la toucher et elle est expliquée dans des mots appartenant à un milieu qui fait tout pour se démarquer de la masse, souvent même elle n'est pas expliquée du tout. L'accessibilité des œuvres d'art au grand public est presque l'exact opposé de la réalité de leur marché. Ce dernier, considéré comme un marché de niche, est en général constitué de connaisseurs, de spécialistes. Ses prix, son vocabulaire, ses lieux de ventes, s'apparentent au domaine du luxe.

➔ RENOUER AVEC LE SOUHAIT 1^{ER} DE L'ARTISTE

Pourtant, les premiers souhaits des artistes sont d'être vus, compris, de vendre des œuvres et de vivre de leur métier. Ce vœu n'est pas pour beaucoup, opposé à une commercialisation au grand public. Il faut donc, pour élargir le marché de l'art, trouver de nouveaux moyens pour vendre les œuvres, baisser les prix, et parler dans un langage accessible.

Il ne faut plus imposer un style, une vision, un discours, mais permettre à chacun de nous de s'intéresser à ce qui nous plaît personnellement.

Présenter sans juger. Passer de la culture pour tous à la culture pour chacun.

Du « tous » regardeurs à l'individu client.

Le fonctionnement

→ L'ART 2.0

La corbata rosa utilise les réseaux sociaux, son site internet, sa galerie interactive, et différentes applications/outils numériques. Sur www.lacorbatarosa.com, comme sur un site marchand classique, le client peut acheter directement une œuvre et se la faire livrer à son domicile par l'intermédiaire d'une boutique en ligne (paiement sécurisé par la Banque Postale). Le client dispose également des mêmes garanties d'achat (délai de livraison, remboursement...). Outre le côté commerce en ligne, la page web dispose d'une galerie en 3D, qui permet tous les 2 mois de présenter des expositions virtuelles.

Double profit:

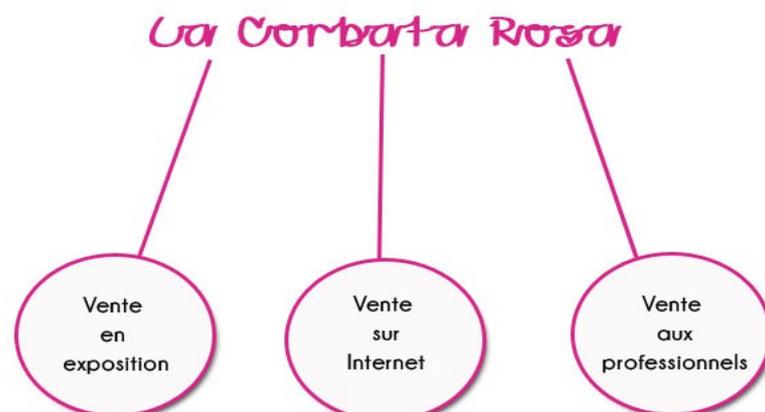
les clients profitent de prix plus bas

les artistes disposent d'une marge significativement supérieure à celle que leurs proposent d'autres structures.

Si la galerie ne dispose pas dès son origine d'un lieu fixe, elle ne peut se passer d'exposer et de présenter ses artistes dans des lieux physiques. Pour ce faire, elle soutient les initiatives en cours en partenariat avec d'autres structures, institutions, associations, entreprises... Elle se déplace également sur les territoires aux fils d'événements ponctuels et populaires, seule ou en partenariat avec des structures locales.

Elle est à la recherche constante d'opportunités, et propose des expositions à des structures disposant d'un local, d'un lieu d'exposition, loue des salles ou participe à des salons. Elle participe au Salon International d'Art Contemporain de Nantes, a eu une programmation estivale riche cet été à Angers (Friedrich Gier, Denis Huneau, Maryam Samaa & Mitsuaki Saito), ou encore à Dinan (Pascal Lallement & Maryam Samaan). Elle a également aidé ses artistes à se présenter dans plusieurs expositions, biennales et festivals cet année en France et à l'étranger.

Parallèlement à ses activités de ventes, *la corbata rosa* propose la vente de collections raisonnées ou thématiques à des professionnels. Cette prestation leur permet d'apporter un sens à leurs salles de réunion, d'attente ou de travail, tout en profitant des prix avantageux de la galerie et des réductions fiscales qui s'appliquent à l'achat d'œuvres d'art originales.



Les chiffres clés



15 Octobre 2013 : jour de lancement du site de La Corbata Rosa dans sa version française.

12 : c'est le nombre d'artistes qu'il y aura le 25 septembre 2015 sur le site. Ce chiffre se stabilise aujourd'hui afin de permettre à la galerie de se concentrer d'avantage sur des projets physiques avec ses artistes.

80 €: le 1er prix des œuvres présentes sur la corbata rosa. La majorité des œuvres étant vendu entre 100 et 600€ pour des formats adaptés au particulier.

19 €: le coût forfaitaire des frais de port pour toute l'UE sur le site internet de la galerie.

Quelques expositions de la galerie :

- La 1ere exposition commence le 25 octobre pour se terminer le 25 décembre 2013. C'est Vincent Maquaire qui ouvre le bal des expositions virtuelles.
- Janvier 2014 : Présentation de Pascal Lallement et Vincent Maquaire en région parisienne.
- Du 15 janvier au 15 mars 2014 « Instincts formels, à la recherche d'un réel immatériel » a réuni 70 œuvres de Maryam Samaan, Pascal Lallement et Mitsuaki Saito.
- Janvier 2014 : Déclinaison de l'exposition « Instincts Formels » au Salon International d'Art Contemporain de Nantes sous forme d'exposition classique complétée d'une installation 3D interactive. 19 700 visiteurs lors du salon.
- Du 1er avril au 1er juin 2014 « Symptôme(s) » réunit des œuvres d'Antonio Ballester Les Ventes, Maryam Samaan et Alexandre Malheiro dans un nouvel espace virtuel.
- Du 19 juin au 17 août 2014 : « Paysages Photographiques », avec Ludovic Duhem, Friedrich Gier, Pascal Lallement et Vincent Maquaire, exposition 3D en accès libre sur le site de la galerie.
- Du 4 au 27 juillet exposition « Friedrich Gier : Paysages, couleurs et matière » à Angers, 20 rue Beaurepaire.
- Du 31 juillet au 24 août 2014 « Encres et Aquarelles » avec Maryam Samaan, Mitsuaki Saito et Denis Huneau à Angers, 20 rue Beaurepaire.
- 1-30 septembre 2014 : « Collectif 9/14 » Salon 3D interactif avec Antonio Ballester Les Ventes, Ludovic Duhem, Denis Huneau, Friedrich Gier, Pascal Lallement, Alexandre Malheiro, Vincent Maquaire, Mitsuaki Saito et Maryam Samaan.
- 27 septembre 2014, la corbata rosa partenaire officiel du festival l'Instant Café Clap à Dinan avec Maryam Samaan & Pascal Lallement.
- Octobre 2014 : Exposition personnelle 3D interactive de Franck Deniel.
- 23, 24 & 25 janvier 2015 : Art3F Nantes, Parc Expo la Beaujoire.

- Mars – Septembre 2015, *Arbres et Forêts*, Friedrich Gier, exposition virtuelle en accès libre sur le site internet de la galerie.
- Juillet 2015 : *Parcours*, exposition personnelle de Maryam Samaan à l'Autrelois.

Prochaines expositions virtuelles :

- François GERZE / Maryam SAMAAN / Nelly BURET - Octobre 2015
- COLLECTIF 11/15 - EXPOSITION COLLECTIVE - Novembre 2015
- Pascal LALLEMENT / Vincent MAQUAIRE / Denis HUNEAU - décembre 2015
- NATURES MORTES - EXPOSITION COLLECTIVE - Janvier 2016
- Mitsuaki SAITO / Maryam SAMAAN / Antonio BALLESTER - Février 2016
- PORTRAITS INTIMES - mars 2016
- Friedrich Gier, *Natures Mortes*, Avril 2016.

Sélections d'expositions à venir :

- Maryam Samaan présentera avec le soutien de la corbata rosa une installation à l'Autrelois, octobre 2015.
- Exposition de Pascal Lallement et Denis Huneau, novembre 2015 (Date à confirmer).
- Avril – mai 2016 : *Paysages Photographiques*, exposition collective organisée par la corbata rosa à la Chapelle Saint Lazare, Angers.

2017 :

- Exposition *Natures Mortes* (Angers)
- Exposition *Portraits Intimes* (Angers)
- Reprise des Salons

Le projet

→ LES MOYENS MIS EN ŒUVRE

=> **Animation des communautés d'artistes**

Chaque artiste fait bénéficier la corbata rosa de son réseau direct et tout est mis en concordance notamment par les réseaux sociaux et les différents outils numériques utilisés par la galerie. Actualité tous les jours sur Facebook, Twitter, Google +, en faisant régulièrement un zoom « Oeuvre du Jour » sur une œuvre du site.

Newsletter Mensuelle d'information sur l'actualité de la galerie et ses partenaires

Vidéos sur notre chaîne Youtube et autres médias.

Réponses à la plupart des commentaires et sollicitations.

=> **Regroupement autour d'événements ponctuels**

Expositions temporaires et participations à des festivals en France.

Organisation régulière d'expositions virtuelles 3D interactive en accès libre sur le site qui peuvent ensuite se décliner en exposition physique (comme Paysages Photographiques et Instincts Formels).

Présence en salon d'art contemporain.

=> **Création d'une galerie virtuelle**

Les clients et visiteurs du site ont la possibilité de faire une visite virtuelle de la galerie, et tout cela de leur salon ou lieu de travail.

=> **Utilisation et recherche constante de nouveaux outils**

La galerie utilise les réseaux sociaux ainsi que de nombreux outils afin de mettre en valeur le travail de ses artistes.

Le fondateur

→ LE CRÉATEUR ET SES ATOUTS

Au cours de son parcours scolaire, François Victor Brunet s'est rapproché du domaine culturel dès le collège lors d'un stage au Palais des Beaux-Arts de Lille, puis en choisissant l'option « Histoire des arts » au lycée de la seconde jusqu'à l'obtention d'un bac économique option Histoire des arts en 2006. C'est naturellement qu'il s'est orienté, par la suite, vers une Licence d'histoire de l'art, puis un Master Professionnel Gestion des Sites du Patrimoine, avec toujours le souhait de compléter sa formation par une expérience professionnelle solide au contact du milieu culturel et plus particulièrement de l'art actuel.

Il a ainsi eu l'opportunité de travailler avec de nombreuses structures reconnues : Lille3000, Le Palais des Beaux-Arts de Lille, le Musée de l'Hospice Comtesse, le service Ville d'Art et d'Histoire de la ville de Lille, la direction des arts visuels de la ville de Lille, la maison de la photographie... Ces expériences diverses l'ont mis directement en contact avec les publics des salles d'expositions, les galeries, les artistes, les institutions, et les professionnels.

En Espagne, il a également eu l'occasion d'organiser, à Murcia, plusieurs événements à des fins caritatives, permettant d'entrer en contact avec des artistes locaux, des structures et d'avoir une vision plus large du milieu culturel.

Les lectures, les visites, les rencontres, l'apport des domaines de la communication, de la vente, de la relation client, de la logistique et sa curiosité ont été des sources réelles d'inspiration pour ce projet innovant et audacieux.

De ces expériences professionnelles et personnelles, sont nées plusieurs réflexions, notamment sur la place de l'art dans notre société, les moyens de subsistance pour les professionnels de ce domaine, l'avenir de ce que l'on appelle « **l'exception culturelle française** ».

François Victor a pu intégrer dans ses réflexions, l'apport et la comparaison avec ce qui se fait en France, en Belgique, dans les pays anglo-saxon, en Espagne, mais aussi à d'autres époques puisque grâce à sa formation universitaire et ses lectures, il a enrichi ses connaissances dans le domaine de l'histoire des collections, des collectionneurs et des marchands en l'Europe.

« *Ils ont dit* »

Pour Nathalie Obadia, galeriste reconnue sur Paris, spécialisée dans l'art contemporain :

« **L'art contemporain est un commerce et il faut l'assumer** ».

Pour Daniel Templon autre galeriste parisien :

« **Une galerie est une PME. Si je la dirigeais comme un « artiste », elle n'existerait plus depuis longtemps.** ».

Source : « *dynamique entrepreneuriale* »

Contact presse : François-Victor Brunet contact@lacorbatarosa.com +33 (0) 6.95.55.52.72

contact@lacorbatarosa.com