

Comment Artistics veut se faire une place sur le marché de l'art en ligne

Par Olivier Harmant | le 10 mars 2016 | 0 Commentaire

Arts Culture Startup Channel Une

226

9

47

335

f Share

🐦 Tweet

in Share

p Share



Le marché de l'art en ligne a représenté 2,6 milliards de dollars en 2014, [selon l'assureur Hiscox](#). Un chiffre qui pourrait atteindre les 6,3 milliards d'ici à 2019. C'est sur ce secteur que se positionne [Artistics](#). Cette start-up parisienne développe une galerie d'art en ligne permettant aux internautes de visualiser des œuvres et de les acquérir.

Afin de repousser les barrières susceptibles de les dissuader d'acheter une œuvre qu'ils ne peuvent regarder de visu, Artistics propose d'aller plus loin qu'une simple photo: «Nous réalisons une vidéo dans tous les ateliers des artistes, nous allons interviewer l'artiste, le filmer en train de travailler, filmer les œuvres d'art dans l'atelier...», explique à *Frenchweb* Sonia Rameau, la fondatrice d'Artistics.

Visualisation à 360 degrés

Pour aller plus loin, Artistics a aussi récemment introduit un outil de visualisation à 360 degrés pour certaines pièces et organise parfois des visites chez les artistes. Dans tous les cas, l'objectif reste le même : faire entrer les internautes dans l'univers de l'artiste. Il s'agit aussi d'une stratégie pour se différencier d'autres acteurs qui se positionnent sur ce marché comme Artsper.

Fondée en octobre 2013, Artistics revendique une trentaine d'artistes (peintres, sculpteurs...) pour plus de 1 000 œuvres disponibles sur sa plateforme. Pour se rémunérer, la société prélève une commission de 25% à 30% sur les œuvres, soit moins que dans une galerie d'art classique selon Sonia Rameau. La société veut désormais accélérer ses ventes à l'international et développer de nouvelles fonctionnalités.

Interview de Sonia Rameau, fondatrice d'Artistics :

